

ENCUESTA NACIONAL

APUESTAS ONLINE Y ADOLESCENCIA: CONSTRUYENDO ENTORNOS SEGUROS

ESCUELAS SECUNDARIAS | 2025



OBSERVATORIO
HUMANITARIO

Centro de Referencia de la Federación Internacional
de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja





El **Observatorio Humanitario de Cruz Roja Argentina** hace saber que se encuentra autorizada la obtención de copias de todo o parte de este informe, sujeto a las siguientes condiciones:

- 1** Que el uso al que se destine el informe no sea comercial ni político partidario.
- 2** Que al citar cualquier fragmento del informe se haga referencia a la fuente conforme al siguiente texto: *“Apuestas Online y Adolescencia: construyendo entornos seguros”. Argentina. Observatorio Humanitario de Cruz Roja Argentina, 2025”*.

Para información adicional dirigirse a

**Observatorio Humanitario de Cruz Roja Argentina,
Centro de Referencia e Investigación de IFRC.**

 Juan de Garay, 80.
Buenos Aires, CP 1063
Argentina

 +54 11-6065-0450

 observatorio@cruzroja.org.ar

 <https://cruzroja.org.ar/observatorio-humanitario/>



Agradecimientos

Queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento a todos quienes colaboraron facilitando el acceso a escuelas y alumnos/as de cada institución educativa.

A todo el equipo de Juventud de Cruz Roja Argentina y a las filiales de Mar del Plata, Comodoro Rivadavia, Córdoba Capital, Tandil, San Rafael, Necochea, Villa Crespo, Saavedra, Clorinda, Santiago del Estero, Santa Fe Capital, Mendoza Capital, Salta Capital, Vicente López, Paraná, Rosario de la Frontera, Lomas de Zamora y San Juan.

Al Señor Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Jorge Macri; a María de las Mercedes Miguel, Ministra de Educación; a Samanta Bonelli y al Equipo de la Unidad de Evaluación Integral de la Calidad y Equidad Educativa; a Gabriel Miranda, Ministro de Desarrollo Humano; y a Carolina Stanley, Pilar Molina y Lidia Arrausi, del Ministerio Público Tutelar, por su apoyo y acompañamiento en este proceso.

A la Conferencia Episcopal Argentina, especialmente al Cardenal Ángel Rossi; a Monseñor Raúl Pizarro, Monseñor Dante Gustavo Braidá, Padre Munir Bracco y Fernando Barilatti, por su valiosa colaboración y acompañamiento.

A Carolina Basualdo, Intendente de la Municipalidad de Despeñaderos, Córdoba; y a Patricia Fabiana García y Franco Domínguez.

Al Intendente de la Municipalidad de Embalse, Córdoba, Mario Rivarola; a Juan Emanuel Bazán, Secretario de Educación, Cultura y Ambiente; y a Sandra Rivarola, Jefa de Gabinete.

A la Defensoría de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes de Córdoba, y particularmente a Georgina Tavella y Darío Anzaudo por su colaboración.

A la profesora Adriana Lucía Di Sarli, subsecretaría de Instituciones Educativas del Ministerio de Educación de Chubut. A la coordinadora provincial de los EOATE, Profesora Analía Alfaro.

Al Gobernador de la Provincia de Entre Ríos, Rogelio Frigerio; a Alicia Fregonese, Presidenta del Consejo General de Educación; a Florentina López, Coordinadora de ESI y Políticas de Cuidado en el Ámbito Educativo del Consejo General de Educación; a Carolina Streitenberger, Diputada Provincial de Entre Ríos; y a Gustavo Hein, Presidente de la Legislatura de Entre Ríos.

A la Dirección General de Escuelas de Mendoza y a Facundo Pablo Echeverría.

Al Gobernador de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, Gustavo Adrián Melella; a Pablo Gustavo Daniel Silva López, Ministro de Educación; a María Fernanda García, Subsecretaria de Formación Permanente; a Maite Sutil, Secretaría de Políticas de Inclusión; y a Aníbal García, del equipo técnico-pedagógico de la Dirección Provincial de Nivel Secundario de Tierra del Fuego.

A la Universidad Siglo 21, especialmente a Juan Pablo Martínez Diego Tachella y Pedro González Fundora; y a Martín Romeo, investigador de “Apostar No es un Juego”, por sus aportes académicos.

A Jesús Acevedo, presidente de Lotería de la Ciudad de Buenos Aires.

A la Cámara Argentina de Salas de Casinos, Bingos y Anexos (CASCBA), y a su secretario, Dr. Tomás Enrique Botta.

EQUIPO TÉCNICO DE INVESTIGACIÓN

Observatorio Humanitario de Cruz Roja Argentina

Director Ejecutivo: **José Scioli**

Coordinación de investigación y elaboración del marco conceptual: **Sol Kaplan Méttola** y **Juana Stratta**

Análisis y redacción del informe final: **Luciana Polischuk**

Asesor metodológico: **Lucas Klobovs**

CON EL ACOMPAÑAMIENTO DE

Secretaría de Desarrollo Humano y Organizativo

Secretaria: **Natalia Gennero**

Subsecretario de Desarrollo Humano: **Rodrigo Cuba**

Subsecretaría de Desarrollo Organizativo: **Melina Gobbi**

Coordinación Nacional de Juventud: **Luciana Marino**

Coordinación de Salud Mental y Apoyo Psicosocial: **Mariana Corridoni**

FILIALES PARTICIPANTES DE CRUZ ROJA ARGENTINA

Clorinda, Comodoro Rivadavia, Córdoba, Lomas de Zamora, Mar del Plata, Mendoza, Necochea, Paraná, Rosario de la Frontera, Salta, San Juan, San Rafael, Santa Fe, Santiago del Estero, Saavedra, Tandil, Vicente López, Villa Crespo.

ÍNDICE

PÁG.

Resumen	6
Principales hallazgos	8
Introducción	10
Metodología y ficha técnica	13
Análisis de resultados	14
1. Perfil de la muestra	14
2. Familiaridad con las apuestas online	16
3. Adolescentes con experiencia directa en apuestas online	17
3.1 Motivaciones para participar en apuestas online	17
3.2 Dispositivos de acceso	21
3.3 Tipo de apuestas online y medios de pago	22
3.4 Socialización y exposición	24
4. Adolescentes con experiencia indirecta en apuestas online	26
5. Impacto emocional y social de las apuestas online	30
6. Influencers y medios	32
7. Regulación y prevención	33
7.1 Conocimiento de edad mínima legal	33
7.2. Facilidad de acceso	36
7.3 Medidas para evitar el acceso de menores	37
7.4 Diferenciación de sitios legales vs. ilegales simulados	38
7.5. Preocupación y abordajes de la problemática	40
Conclusiones	46
Recomendaciones	48
Los Principios Fundamentales del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja	51
Bibliografía	53

Resumen

La creciente incidencia de las **apuestas online en adolescentes en Argentina** es una problemática emergente que representa un desafío significativo para la salud mental y el bienestar de esta población en particular. Este fenómeno, impulsado por la expansión de la digitalización y el acceso masivo a plataformas de apuestas en línea está asociado con consecuencias psicosociales.

Esta situación no solo pone en riesgo el desarrollo saludable de las adolescencias, sino que además intensifica desigualdades sociales y vulnerabilidades preexistentes, impactando de manera desproporcionada en comunidades con menor acceso a redes de contención y recursos educativos.

La **Coordinación Nacional de Juventud** y el **Observatorio Humanitario de Cruz Roja Argentina** obtuvieron apoyo del **Fondo de la Emperatriz Shōken (FES)** para abordar esta problemática y promover la producción de evidencia empírica, con la participación del voluntariado de 18 filiales de la institución: Clorinda, Comodoro Rivadavia, Córdoba Capital, Lomas de Zamora, Mar del Plata, Mendoza Capital, Necochea, Paraná, Rosario de la Frontera, Salta Capital, San Juan, San Rafael, Santa Fe Capital, Santiago del Estero, Saavedra, Tandil, Villa Crespo y Vicente López.

El **objetivo final** de esta investigación es elaborar materiales pedagógicos para trabajar con adolescentes que sirvan de insumo para talleres de sensibilización y prevención en escuelas y comunidades.

La investigación se centró en explorar el impacto de las apuestas online en adolescentes en Argentina. A partir de una estrategia metodológica cuantitativa, se implementó una encuesta cerrada en **231 escuelas en 16 provincias del país**: Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Mendoza, San Juan, San Luis, Formosa, Entre Ríos, Corrientes, Salta, Santiago del Estero, Jujuy, La Rioja, Chubut, Tierra del Fuego.

La base final contó con **11.421 encuestas válidas a adolescentes entre 13 a 18 años** escolarizados/as en el nivel secundario. En el instrumento se incluyeron indicadores de la incidencia de las apuestas online en las dinámicas cotidianas de los/as adolescentes,

así como indicadores para caracterizar riesgos psicosociales y patrones de consumo asociados, influencia y rol de los entornos a los juegos de azar virtuales.

El trabajo de campo se desarrolló **entre el 18 de agosto y el 3 de octubre de 2025**. La recolección de datos se realizó en terreno mediante la aplicación *Kobo Collect*, y el análisis estadístico posterior se llevó a cabo utilizando el software *IBM SPSS Statistics*.

Principales hallazgos

- **Alta exposición al fenómeno:** las apuestas online tienen presencia significativa entre las adolescencias en Argentina. 6 de cada 10 adolescentes están expuestos al juego online, ya sea por participación directa (16%) o vínculos cercanos que apuestan (45%), lo que evidencia circulación social amplia de la práctica.
- **Inicio temprano y progresivo:** el vínculo con las apuestas online comienza en la adolescencia temprana (13-14 años) y aumenta de forma sostenida hasta los 17-18 años, mostrando un ingreso precoz a las apuestas digitales con mecanismos de protección de edad insuficientes.
- **Brecha de género marcada:** existe una diferencia sustantiva en la participación: los varones apuestan tres veces más que las mujeres (24% frente a un 8%) y presentan mayor frecuencia e intensidad de juego.
- **Acceso facilitado y sin controles efectivos:** 83% de quienes apuestan utiliza billeteras virtuales como medio de pago y 43% accedió a través de intermediarios que les facilitaron el acceso a la práctica.
- **Ecosistema digital como puerta de entrada:** entre 71% y 79% de las y los adolescentes estuvo expuesto a publicidad o contenidos de apuestas online, aún sin participar. Redes sociales, influencers, deportistas y personas famosas, páginas web, eventos deportivos, streaming son estímulos generalizados.
- **Normalización social:** entre quienes reportan tener un vínculo con las/os facilitadores de la práctica, las amistades y pares son la principal vía de iniciación y acceso al juego online (57%). Además, entre las y los adolescentes con exposición indirecta, el 78% de los casos refieren que las experiencias cercanas a las apuestas online provienen de amigos/as y/o conocidos/as. Estos datos reflejan que la práctica se legitima y reproduce dentro de redes sociales juveniles donde las interacciones entre pares cumplen un rol central en su difusión y aceptación. Sin embargo, el 40% de adolescentes con experiencia directa en apuestas reportó tener personas adultas cercanas que apuestan, lo que evidencia que el comportamiento no se limita al grupo de pares y que existen referentes adultos que también contribuyen a su normalización.

- **Motivaciones predominantes:** el ingreso al juego está impulsado sobre todo por curiosidad (89%), entretenimiento (84%) y expectativa de “ganar dinero rápido” (53%), reforzado por bonos promocionales e incentivos de las plataformas (44%).
- **Riesgos percibidos y efectos en salud mental:** el 79% de quienes apuestan reconoce riesgo de adicción y 1 de cada 8 quedó endeudado (12%). Además, el 69% reporta ansiedad y malestar, y el 47 y 49% afectación de hábitos de sueño y rendimiento escolar vinculados a la práctica.
- **Regulación percibida como insuficiente:** 8 de cada 10 adolescentes consideran que las medidas actuales para impedir el acceso de menores no funcionan, lo que evidencia una brecha entre la regulación formal y la realidad digital.
- **Confusión entre sitios legales e ilegales:** entre 51% y 66% de los y las adolescentes no logra diferenciar plataformas de apuestas legales de las ilegales. En los dominios simulados (.bet.ar y .com), la opción “no estoy seguro/a” concentra la mayoría de las respuestas, lo que evidencia falta de información clara sobre la regulación vigente.
- **Demanda de prevención y acompañamiento:** existe una alta demanda de intervención: en promedio, 75% pide controles más estrictos sobre plataformas, y 4 de cada 10 solicitan talleres y campañas educativas. Los temas prioritarios son conocer riesgos, comprender cómo operan los algoritmos de captación y recibir información sobre dónde pedir ayuda.

Introducción

La presente investigación surge del trabajo conjunto entre la Dirección Nacional de Juventud y el Observatorio Humanitario de Cruz Roja Argentina, en el marco de la iniciativa presentada ante el Fondo de la Emperatriz Shoken de la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (IFRC). El estudio se propuso abordar una problemática emergente y creciente: **la participación de adolescentes en plataformas de apuestas online, fenómeno impulsado por la expansión de la digitalización, la disponibilidad de tecnologías móviles y la exposición constante a mensajes publicitarios asociados al juego.**

En este contexto, la investigación se propuso inicialmente alcanzar a 3.000 adolescentes mediante encuestas representativas de al menos 10 provincias argentinas. Sin embargo, gracias al trabajo coordinados con las **filiales de Cruz Roja Argentina** y la **red de voluntariado juvenil**, el estudio logró expandir su alcance a **11.421 encuestas efectivas**, lo que convierte a este relevamiento en una de las mayores investigaciones de campo sobre apuestas online en adolescentes desarrolladas en Argentina. Esta escala permitió obtener evidencia sustantiva sobre patrones de consumo, percepción del riesgo y factores de vulnerabilidad y protección, aportando así una base empírica robusta para el diseño de políticas y estrategias preventivas.

Contexto y evidencia previa

En un escenario donde las apuestas online se consolidan como una práctica creciente entre las juventudes argentinas, resulta fundamental contar con evidencia empírica que permita dimensionar el fenómeno y comprender sus implicancias sociales y subjetivas. Desde la pandemia de COVID-19, estas actividades se han posicionado como una de las principales formas de entretenimiento elegidas por los jóvenes¹, intensificando la necesidad de analizar sus riesgos psicosociales y el impacto en las dinámicas cotidianas y en las desigualdades existentes.

La adolescencia constituye una etapa de especial vulnerabilidad frente a las apuestas online, dado que las áreas cerebrales involucradas en el procesamiento de recompensas —como la corteza prefrontal, responsables del control de conductas impulsivas y la toma

1. <https://waltermartello.com.ar/wp-content/uploads/2024/05/JOVENES-Y-APUESTAS-ONLINE.docx.pdf>

de decisiones— aún se encuentran en desarrollo. Según estudios de la Neurobiología, las apuestas online activan un sistema de recompensas que provoca la liberación de dopamina y endorfinas, neurotransmisores asociados al placer y al bienestar, generando sensaciones agradables que refuerzan la conducta y fomentan la repetición del juego². Esto hace que el juego compulsivo pueda desencadenar problemas a largo plazo en la salud mental y en el funcionamiento social del individuo (CONICET, 2024)³. Además, el riesgo de adicción a este tipo de juegos, se encuentra estrechamente relacionado con la dependencia a los dispositivos móviles, un fenómeno especialmente profundo en esta población (Branz & Murzi, 2024)⁴.

En el contexto de la digitalización creciente de formas de ocio y consumo entre adolescentes, una encuesta U-Report coordinada por UNICEF Argentina entre junio y agosto de 2024, con la participación de 600 adolescentes y jóvenes de 13 a 24 años de todo el país relevó que 8 de cada 10 accedieron o conocen a alguien que ha ingresado a páginas y aplicaciones de apuestas online.⁵

Según el informe “Ludopatía Digital” de Opina Argentina, basado en una muestra a jóvenes y adultos con 1.011 encuestados realizada en mayo de 2024, el 9% de los participantes reconoce que realiza apuestas online y esa cifra se eleva al 16% entre los más jóvenes. Además, los hombres encuestados (11%) mostraron mayor propensión que las mujeres (5%) a participar de esta práctica.⁶

La participación en estas plataformas también cumple un rol social: para muchos jóvenes, representa un momento de encuentro e interacción con sus pares. Así lo señalan Branz y Murzi (2024), quienes encontraron que la mayoría de los entrevistados —jóvenes varones de entre 13 y 21 años de todo el país— utilizan estas plataformas durante reuniones con amigos.

2. <https://immunizenevada.org/the-neurobiology-of-gambling-addiction>

3. <https://www.conicet.gov.ar/apuestas-online-en-la-adolescencia-y-juventud-una-mirada-desde-lo-biologico-y-lo-social/>

4. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/236969/CONICET_Digital_Nro.6b50a826-1252-4430-ad4d-a28afd7d3ff2_L.pdf?sequence=5&isAllowed=y

5. <https://argentina.ureport.in/opinion/3832/> y <https://www.unicef.org/argentina/informes/guia-apuestas-online>

6. <https://www.unab.edu.ar/wp-content/uploads/2024/07/informe-ludopatia-mayo.pdf>

Un factor clave que potencia la participación de las y los adolescentes es la publicidad. Según UNICEF (2025), tres de cada cuatro adolescentes escuchó hablar de apuestas online a través de anuncios en eventos deportivos, redes sociales e internet.⁷ En este sentido, un estudio realizado por Target Group Index - Ibope en Argentina destacó que la inversión publicitaria de las casas de apuestas online legales se concentra en los auspicios de fútbol, acompañando a grandes equipos con visualizaciones masivas en cada uno de sus partidos.⁸

El país enfrenta un gran desafío frente a la expansión de las apuestas online. Este proyecto promueve espacios donde las y los jóvenes puedan analizar críticamente esta problemática, compartir experiencias y construir redes de apoyo entre pares. El enfoque de nuestro trabajo se centra en la prevención, el acompañamiento y la información, evitando así discursos estigmatizantes.

⁷. UNICEF. (2025). *Zoom a las apuestas online*.

⁸. <https://waltermartello.com.ar/wp-content/uploads/2024/05/JOVENES-Y-APUESTAS-ONLINE.docx.pdf>

Metodología y ficha técnica

Los datos fueron recolectados en terreno entre el 18 de agosto y el 3 de octubre de 2025 mediante encuestas presenciales autoadministradas en dispositivos digitales a través de la **aplicación Kobo Collect**. El operativo de campo se realizó en **231 escuelas de 16 provincias del país** y estuvo dirigido a **adolescentes de 13 a 18 años en nivel secundario**.

El cuestionario permitió identificar tres niveles de vinculación con las apuestas online (participación directa, exposición indirecta y no vinculación), diferenciando comportamientos y contextos de riesgo. El instrumento relevó exposición y participación, motivaciones, patrones de uso, intermediación de terceros, medios de acceso, publicidad e influencia digital, riesgos emocionales y económicos, percepción de regulación y demanda de prevención. La base final de análisis estuvo compuesta por **11.421 casos válidos**. El procesamiento estadístico fue realizado por el **Observatorio Humanitario de Cruz Roja Argentina** mediante el software SPSS.

Durante todo el estudio se respetaron los principios éticos y humanitarios de protección de la niñez y adolescencia, garantizando confidencialidad y voluntariedad. Las encuestas fueron anónimas, no se recolectaron datos personales identificatorios (como nombre, DNI, teléfono o correo electrónico) ni información de geolocalización, conforme a la **Política de Protección de Datos de la Federación Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja**.

Esta investigación tiene valor descriptivo y analítico, orientado a aportar evidencia empírica para el diseño de estrategias de prevención y protección de derechos en adolescencias. Dado que se trata de una muestra no probabilística, no corresponde calcular un margen de error estadístico. Sin embargo, a modo orientativo, una muestra probabilística de tamaño similar ($n = 11.421$) tendría un margen de error aproximado de $\pm 0,9\%$ para un nivel de confianza del 95%.

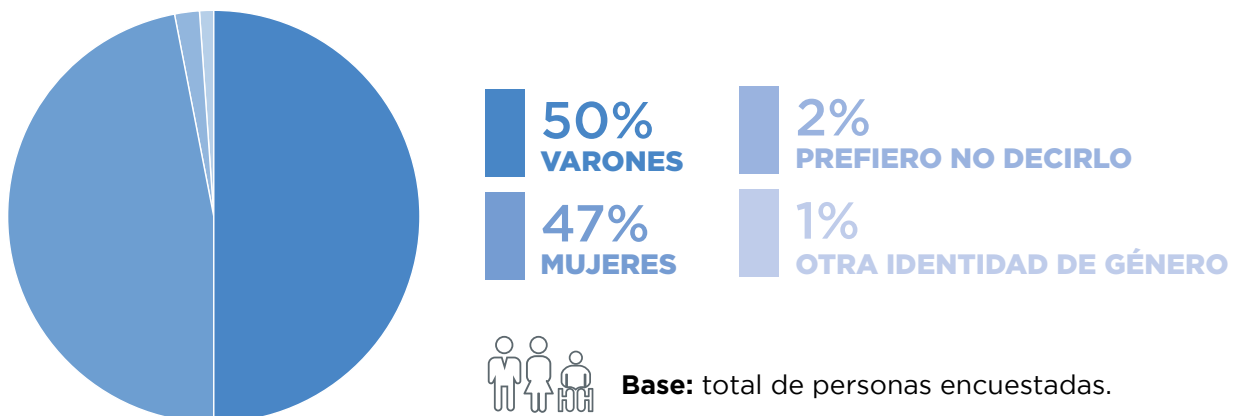
ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. PERFIL DE LA MUESTRA

Con un total de **11.421 casos válidos**, a continuación, se presenta el perfil sociodemográfico de la población encuestada. La estructura muestral mantiene equilibrio entre grupos clave (género, edad, región y tipo de gestión escolar), favoreciendo la diversidad sociodemográfica para el análisis.

GRÁFICO 1

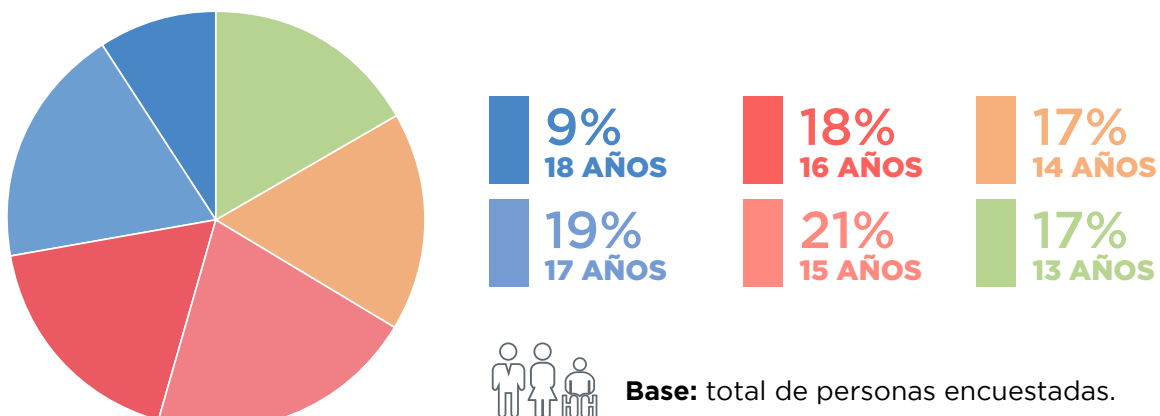
Población encuestada según género



En relación con la variable género, **50%** de las y los participantes se identificó como varón y **47%** como mujer. Además, un **1%** de las personas encuestadas se identificó con otra identidad de género y un **2%** prefirió no responder. Dado el bajo número de casos en estas dos categorías, se optó por mantenerlas en la descripción general de la muestra, pero excluirlas de los análisis comparativos entre grupos de género.

GRÁFICO 2

Población encuestada según edad



Respecto a la edad, la población relevada incluye adolescentes de 13 a 18 años en nivel secundario. La distribución por grupo etario es relativamente homogénea: **17%** tiene 13 años, **17%** 14 años, **21%** 15 años, **18%** 16 años, **19%** 17 años y **9%** 18 años, con predominio de adolescencias medias (15 a 17 años).

TABLA 1**Población encuestada según zona de residencia**

Zona de residencia	%
AMBA	29%
CENTRO	32%
CUYO	8%
NEA	12%
NOA	13%
PATAGONIA	6%

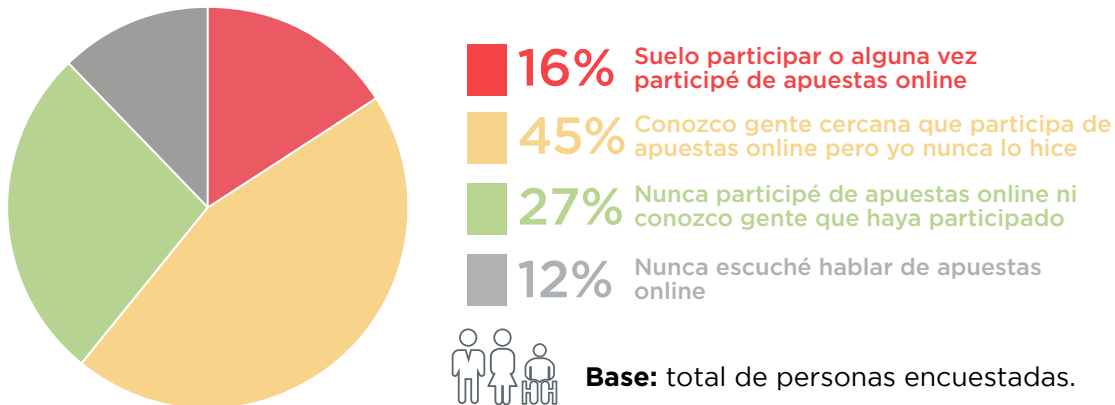
En cuanto a la distribución territorial, el estudio tiene cobertura federal, con casos en todas las regiones del país: **Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), Centro, Cuyo, NEA, NOA y Patagonia**. Esta amplitud territorial permite explorar diferencias y tendencias regionales en el vínculo de las adolescencias con las apuestas online.

Finalmente, la muestra presenta un equilibrio institucional por tipo de gestión escolar. El **72%** de los casos provienen de escuelas estatales y el **28%** de instituciones privadas. Dado que no se registraron diferencias sustanciales en los comportamientos de las y los estudiantes por tipo de gestión de la institución educativa, el análisis sociodemográfico de las respuestas se concentró en los cruces de género, edad y región.

2. FAMILIARIDAD CON LAS APUESTAS ONLINE

GRÁFICO 3

Experiencia con las apuestas online



Los resultados indican que las apuestas online están presentes en la vida de una parte importante de las y los adolescentes encuestados en Argentina. Un **16%** declaró haber participado alguna vez, mientras que **45%** declaró que no participa de apuestas online, pero conoce a alguien cercano que sí lo hace, lo que refleja una alta exposición al fenómeno en su entorno. Por otro lado, **27%** señaló no participar ni conocer a nadie que participe, y **12%** manifestó no haber escuchado hablar del tema, lo que refleja heterogeneidad en el nivel de contacto y familiaridad con las apuestas online dentro de la población encuestada.

TABLA 2

Experiencia con apuestas online según género y edad

	GÉNERO		EDAD					
	Mujeres	Varones	13	14	15	16	17	18
Suelo participar o alguna vez participé de apuestas online	8	24	6	9	18	18	23	24
Conozco gente cercana que participa pero yo nunca lo hice	47	43	30	42	48	52	52	48
Nunca participé ni conozco gente que haya participado	30	25	45	33	25	21	18	22
Nunca escuché hablar de apuestas online	15	9	19	16	10	9	7	6



Base: total de personas encuestadas.

Al observar el cruce por género, la participación resulta más frecuente entre varones (24%) que entre mujeres (8%), y aumenta progresivamente con la edad, pasando de 6-9% a los 13-14 años a 23-24% entre los 17-18 años. En términos regionales, los niveles son relativamente similares en todo el país (entre 17% y 19%, a excepción del Centro que reporta 14%), lo que sugiere que se trata de una práctica transversal a distintas regiones.

3. ADOLESCENTES CON EXPERIENCIA DIRECTA EN APUESTAS ONLINE

3.1 Motivaciones para participar en apuestas online

GRÁFICO 4

Motivaciones para participar en apuestas online



Entre las y los estudiantes que manifestaron haber participado alguna vez en apuestas online, se observaron motivaciones vinculadas principalmente a la curiosidad y a la dimensión recreativa. “*Quería probar suerte*” fue la razón más referida (**89%**), seguida por “*Es divertido*” (**84%**). Estos resultados sugieren que, para gran parte de quienes apuestan, la participación se enmarca dentro de actividades percibidas como juego o entretenimiento.

En un segundo nivel de importancia se ubicaron motivaciones asociadas a expectativas de ganancia económica o incentivos ofrecidos por las plataformas. El **53%** de las personas encuestadas estuvo de acuerdo con la afirmación “*Se gana plata fácil, rápido y sin esfuerzo*”, mientras que **50%** señaló haber visto publicidades de influencers o figuras públicas promoviendo la práctica, y **44%** dijo haber recibido bonos, descuentos o créditos promocionales para comenzar a apostar. Esto indica que el entorno digital y las estrategias comerciales forman parte de la experiencia de contacto con estos sitios.

Las razones sociales también ocupan un lugar relevante: **42%** mencionó que apuesta para competir con amistades y **39%** expresó que muchas personas cercanas lo hacen y no quería quedar afuera. Asimismo, **40%** señaló tener personas adultas cercanas que apuestan, lo que evidencia que el comportamiento no se limita únicamente al grupo de pares.

En menor medida surgieron motivos vinculados a necesidades económicas o situaciones personales específicas: **16%** indicó haber apostado para colaborar con gastos del hogar, **14%** asoció la práctica a aspiraciones económicas personales y **13%** mencionó haber intentado recuperar dinero perdido.

TABLA 3

Motivaciones para participar en apuestas online según género y edad

	GÉNERO		EDAD					
	Mujeres	Varones	13	14	15	16	17	18
MOTIVACIONES RECREATIVAS								
Quería probar suerte	89%	89%	75%	90%	89%	90%	90%	91%
Es divertido	82%	84%	77%	77%	84%	85%	85%	85%
MOTIVACIONES ECONÓMICAS								
Se gana plata fácil, rápido y sin esfuerzos	53%	53%	77%	65%	51%	57%	45%	49%
Recibí un bono gratis, descuento, promociones y/o créditos para empezar	52%	41%	42%	31%	41%	41%	47%	55%
Quería colaborar en los gastos de mi familia	12%	17%	27%	16%	13%	18%	16%	10%
INFLUENCIAS DEL ENTORNO								
Vi publicidades de influencers o personas famosas que las recomiendan	59%	47%	44%	39%	52%	45%	59%	48%
Puedo competir con otros/as amigos/as que también lo hacen	36%	44%	62%	53%	48%	39%	37%	29%
Tengo adultos/as cercano/as que lo hacen	60%	34%	49%	57%	32%	40%	45%	30%
Muchas personas cercanas lo hacen y no quería quedarme afuera	53%	35%	36%	44%	37%	38%	43%	36%



Base: Adolescentes con experiencia directa en apuestas online.

Al analizar las motivaciones según género, se observa que la influencia del entorno opera de manera distinta en cada grupo. Entre las mujeres, el entorno familiar y de referentes adultos tiene un peso central: el **60%** afirma que tiene personas adultas cercanas que apuestan y el **53%** señala que muchas personas de su entorno lo hacen y no quería quedar afuera. Además, la exposición a publicidades de influencers o figuras famosas también tiene un impacto relevante (**59%**), reflejando una combinación de normalización en el hogar y estímulos externos.

En cambio, entre los varones, se resalta la presión o dinámica entre pares. El **44%** apuesta para competir con amigos/as y el **47%** menciona publicidad de influencers,

pero solo el **34%** indica que tiene adultos cercanos que apuestan. Esto sugiere que en este grupo la práctica se sostiene principalmente por interacciones sociales entre iguales y menos por imitación de referentes adultos.

La competencia con amistades disminuye con la edad (de **62%** a los 13 años a **29%** a los 18 años), mientras que la influencia del entorno adulto se presenta con una relevancia ligeramente mayor en el segmento de 13-14 años, promediando **53%**, entre 15 y 17 años, promediando el **39%** y alcanzando su punto más bajo a los 18 años (**30%**). Entre los 17 y 18 años, se destacan las menciones a haber recibido un bono o promoción para iniciarse en la práctica.

TABLA 4

Motivaciones para participar en apuestas online según región

	REGIÓN					
	AMBA	Centro	Cuyo	NEA	NOA	Patagonia
MOTIVACIONES RECREATIVAS						
Quería probar suerte	90%	87%	91%	83%	93%	87%
Es divertido	87%	81%	90%	76%	84%	84%
MOTIVACIONES ECONÓMICAS						
Se gana plata fácil, rápido y sin esfuerzos	46%	50%	50%	57%	74%	59%
Recibí un bono gratis, descuento, promociones y/o créditos para empezar	41%	39%	54%	46%	53%	39%
Quería colaborar en los gastos de mi familia	10%	12%	20%	24%	23%	16%
INFLUENCIAS DEL ENTORNO						
Vi publicidades de influencers o personas famosas que las recomiendan	52%	43%	69%	38%	59%	45%
Puedo competir con otros/as amigos/as que también lo hacen	49%	39%	36%	35%	44%	38%
Tengo adultos/as cercano/as que lo hacen	34%	33%	61%	48%	46%	40%
Muchas personas cercanas lo hacen y no quería quedarme afuera	40%	29%	77%	39%	36%	31%



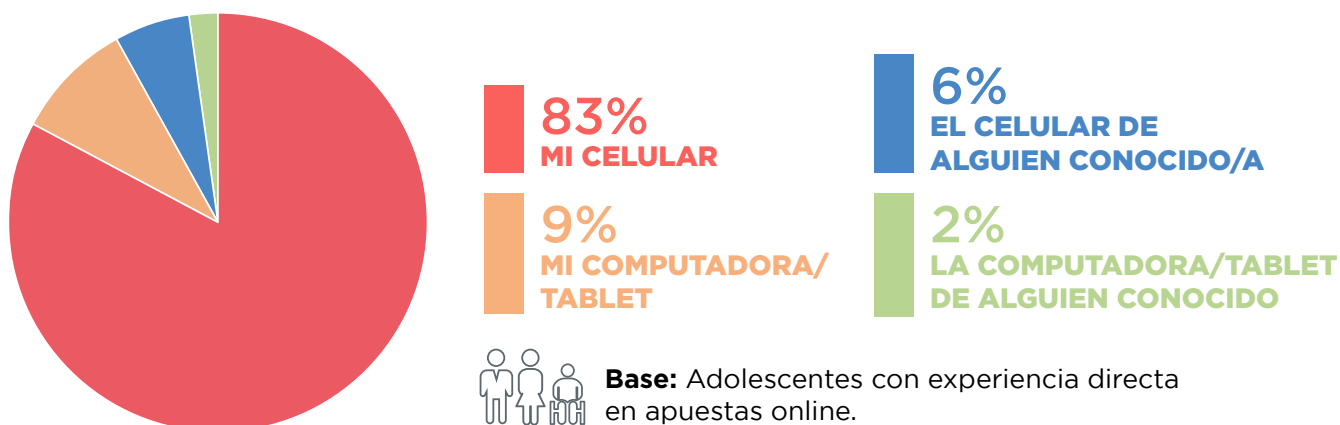
Base: Adolescentes con experiencia directa en apuestas online.

Al analizar los resultados por región, las motivaciones económicas muestran variaciones algo más marcadas. La afirmación “*Se gana plata fácil, rápido y sin esfuerzo*” alcanza sus valores más altos en NOA (**74%**), mientras que en las demás regiones los porcentajes se ubican entre **46%** y **59%**. También se observan diferencias en la exposición a incentivos comerciales: “*Recibí un bono o promoción*” registra valores más altos en Cuyo (**54%**) y NOA (**53%**), y más bajos en Centro y Patagonia (**39%**). Finalmente, la exposición a publicidades o recomendaciones de influencers se ubica entre **38%** y **69%** ¹⁰, con los niveles más altos en Cuyo (**69%**), NOA (**59%**) y AMBA (**52%**). Estos datos sugieren que la presencia de estas figuras es amplia en todo el país, aunque con intensidades varía según la región.

3.2 Dispositivos de acceso

GRÁFICO 5

Dispositivo de acceso para participar en apuestas online



Los resultados indican que la participación en apuestas se realiza mayormente desde dispositivos personales. El dispositivo más utilizado para apostar online entre quienes declararon haber participado es el teléfono celular propio, mencionado por **83%** de las y los encuestados. En segundo lugar, aunque con una presencia significativamente menor, aparece la computadora o tablet propia (**9%**), seguida por el celular de otra persona (**6%**) y en proporciones marginales la computadora o tablet de alguien conocido/a (**2%**).

¹⁰. En investigaciones previas desarrolladas por el Observatorio Humanitario de la Cruz Roja en la provincia de Mendoza (región de Cuyo), 3 de cada 4 adolescentes presentaron niveles altos de exposición digital diaria. El uso intensivo de dispositivos digitales en la adolescencia se asocia a mayor exposición a riesgos emocionales y conductas de uso problemático en entornos poco regulados.

Al analizar el comportamiento según género, la preferencia por el celular propio es alta en ambos grupos, aunque con una mayor proporción entre mujeres (**89%**) que entre varones (**82%**), mientras que el uso de computadora o tablet propia es más frecuente entre varones (**12%**) que entre mujeres (**1%**). Con relación al comportamiento por edad, el uso del celular es elevado en todas las franjas y alcanza sus valores más altos entre los 17 y 18 años (**90%** y **88%**, respectivamente).

3.3 Tipo de apuestas online y medios de pago

GRÁFICO 6

Tipo de apuestas online

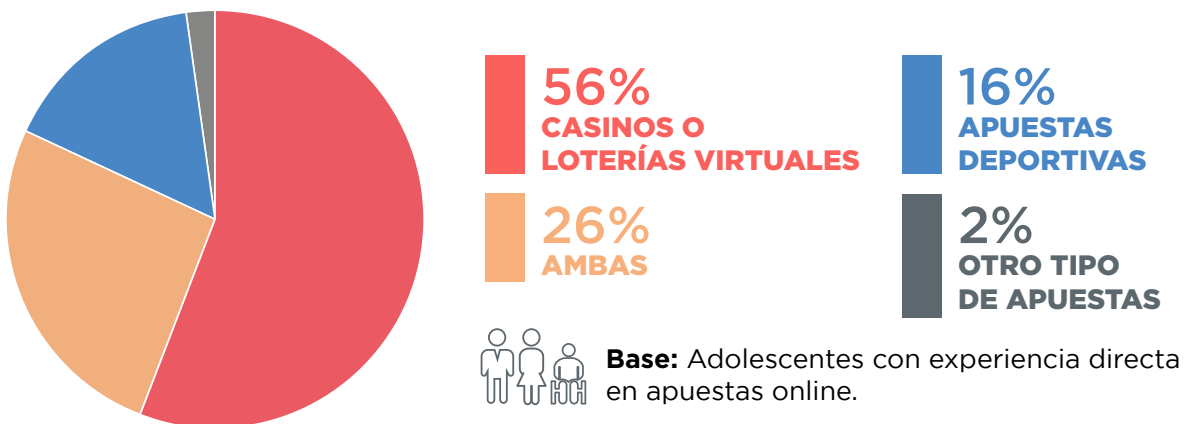


TABLA 5

Tipo de apuestas online según género y región

	GÉNERO				REGIÓN			
	Mujeres	Varones	AMBA	Centro	Cuyo	NEA	NOA	Patagonia
Casinos o loterías virtuales	71%	49%	52%	56%	76%	52%	38%	64%
Ambas	11%	31%	31%	25%	14%	23%	29%	23%
Apuestas deportivas	8%	18%	11%	13%	10%	21%	30%	12%
Otro tipo de apuestas	11%	2%	5%	6%	1%	4%	3%	2%

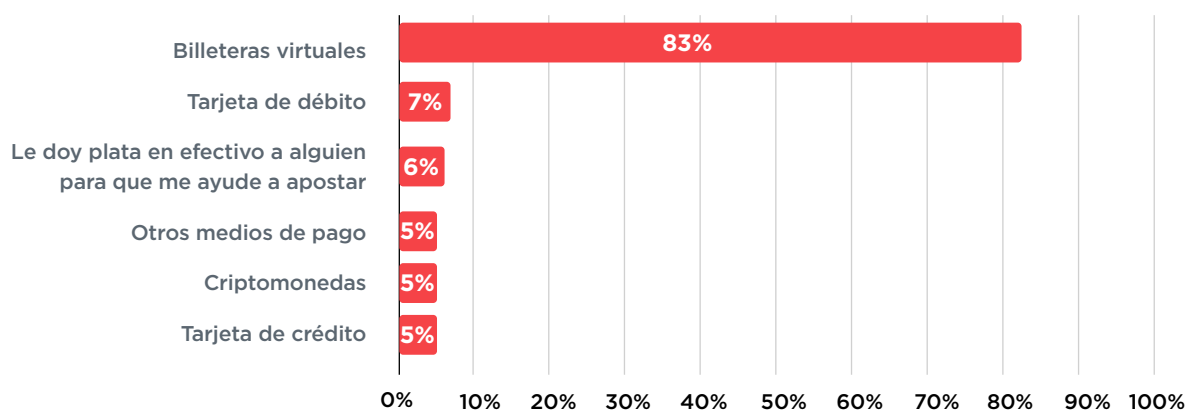


Base: Adolescentes con experiencia directa en apuestas online.

En relación con los tipos de apuestas realizadas, los resultados muestran que las apuestas vinculadas a casinos o loterías virtuales (como ruleta, póker, tragamonedas o bingo) son las más mencionadas entre quienes apuestan (**56%**), seguidas de la práctica combinada (**26%**) y encuestas deportivas (**16%**). Entre quienes optan por casinos o loterías virtuales, los valores más altos se registran entre las mujeres (**71%**) y una mayor presencia relativa en Cuyo (**76%**) y Patagonia (**64%**). Por su parte, las apuestas exclusivamente deportivas se concentran con mayor frecuencia en varones (**18%** frente a **8%**), quienes también combinan distintos tipos de apuestas en mayor medida que las mujeres (**31%** frente a **11%**).

GRÁFICO 7

Medio de pago utilizado para hacer apuestas online



Base: Adolescentes con experiencia directa en apuestas online.

Al tratarse de una pregunta de respuesta múltiple, los porcentajes pueden superar el 100%.

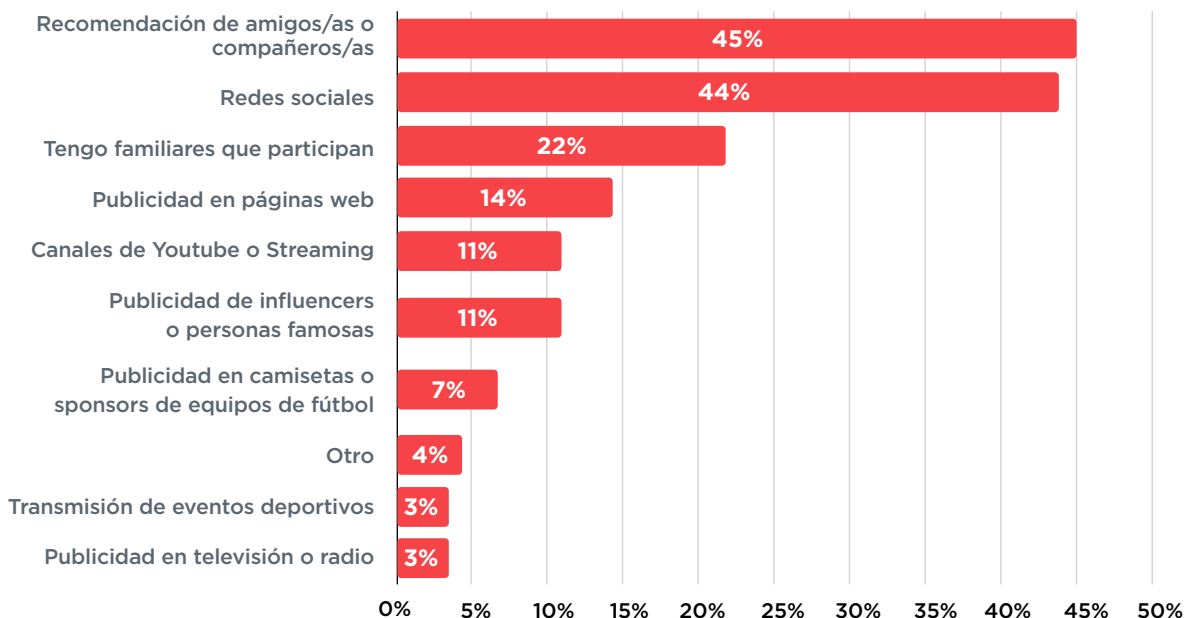
Las billeteras virtuales son, por amplio margen, el medio de pago más utilizado para apostar online: fueron mencionadas por el 83% de los casos. Muy por detrás aparecen la tarjeta de débito (**7%**), entregar dinero en efectivo a otra persona para que realice la apuesta (**6%**), las criptomonedas (**5%**), la tarjeta de crédito (**5%**) y otros medios (**5%**).

El uso de billeteras virtuales aumenta progresivamente con la edad, alcanzando entre **85%** y **87%** entre los 15 y 18 años. Entre quienes declararon utilizar tarjeta de crédito o débito, el **79%** señaló que la tarjeta era propia y el **21%** que era ajena. Por último, ante la pregunta “¿Alguna vez quedaste debiendo plata por apostar online?”, el **12%** respondió afirmativamente.

3.4 Socialización y exposición

GRÁFICO 8

Vías de conocimiento sobre las apuestas online



Base: Adolescentes con experiencia directa en apuestas online.

Al tratarse de una pregunta de respuesta múltiple, los porcentajes pueden superar el 100%.

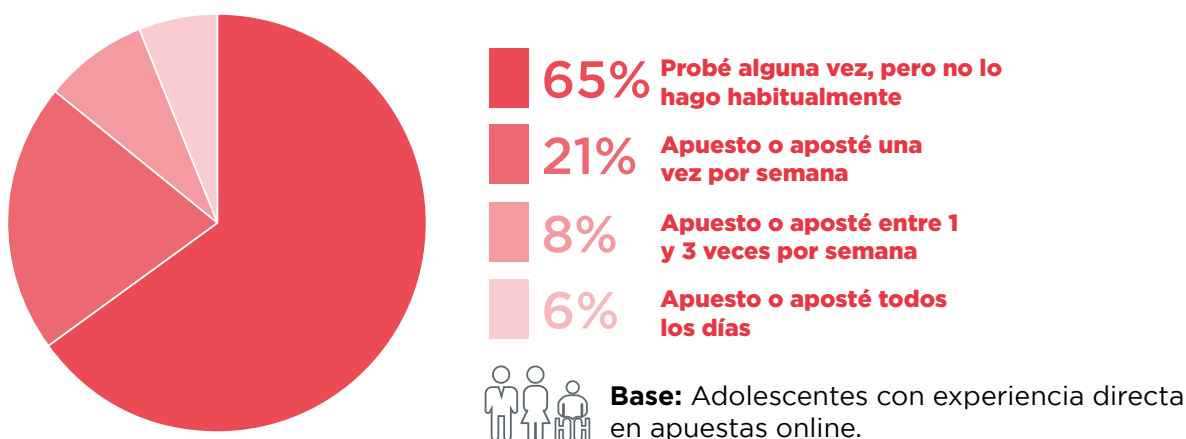
Los principales canales a través de los cuales las y los adolescentes conocieron las apuestas online fueron la recomendación de amigos/as y compañeros/as (**45%**) y las redes sociales (**44%**). En menor medida se mencionaron familiares con experiencia directa en la práctica (**22%**), publicidad en páginas web (**14%**), canales de YouTube o streaming (**11%**) y publicidad de influencers o personas famosas (**11%**). Otros canales referidos fueron la publicidad en camisetas o sponsors de fútbol (**7%**), la transmisión de eventos deportivos (**3%**), televisión o radio (**3%**) y otros (**4%**).

Además, el **43%** de las y los adolescentes indicó haber tenido o tener alguna relación con la persona que le ayudó o facilitó el acceso a las apuestas, mientras que el **57%** señaló que no tenía relación con la persona facilitadora. La referencia a una persona cercana como facilitadora aparece con mayor frecuencia entre mujeres (**49%**) mientras que los varones reportan con mayor frecuencia ausencia de vínculo directo con quien les facilitó el acceso a las apuestas (**58%**). Por región, Cuyo (**65%**), Centro (**62%**), y NEA (**60%**) concentran una mayor proporción de adolescentes que reportaron ausencia de vínculo con la persona facilitadora de la práctica.

Dentro del grupo que afirmó tener un vínculo con quién les ayudó a apostar, la amistad es el más mencionado (**57%**), especialmente entre los varones (**68%** en relación con 26% en las mujeres), seguida por familiares (**20%**), más prevalente entre las mujeres (**34%** versus **16%** en varones).

GRÁFICO 9

Frecuencia de la práctica de apuesta online



Respecto de la frecuencia dedicada a la práctica, la mayoría señala prueba ocasional: **65%** “probó alguna vez, pero no lo hace habitualmente”. Un **21%** reporta una o dos veces al mes, **8%** entre 1 y 3 veces por semana y **6%** todos los días.

TABLA 6

Frecuencia de la práctica de apuesta online según género, edad, y región

	GÉNERO		EDAD						REGIÓN					
	Mujeres	Varones	13	14	15	16	17	18	AMBA	Centro	Cuyo	NEA	NOA	Patagonia
Probé alguna vez, pero no lo hago habitualmente	75%	62%	65%	56%	53%	72%	73%	68%	41%	75%	90%	73%	71%	68%
Aposté o apuesto una o dos veces al mes	20%	21%	18%	17%	31%	17%	15%	23%	37%	12%	6%	19%	15%	19%
Aposté o apuesto entre 1 y 3 veces por semana	5%	10%	12%	9%	11%	9%	7%	5%	11%	7%	2%	6%	10%	12%
Aposté o apuesto todos los días	1%	7%	6%	17%	5%	3%	5%	4%	10%	6%	2%	3%	3%	2%



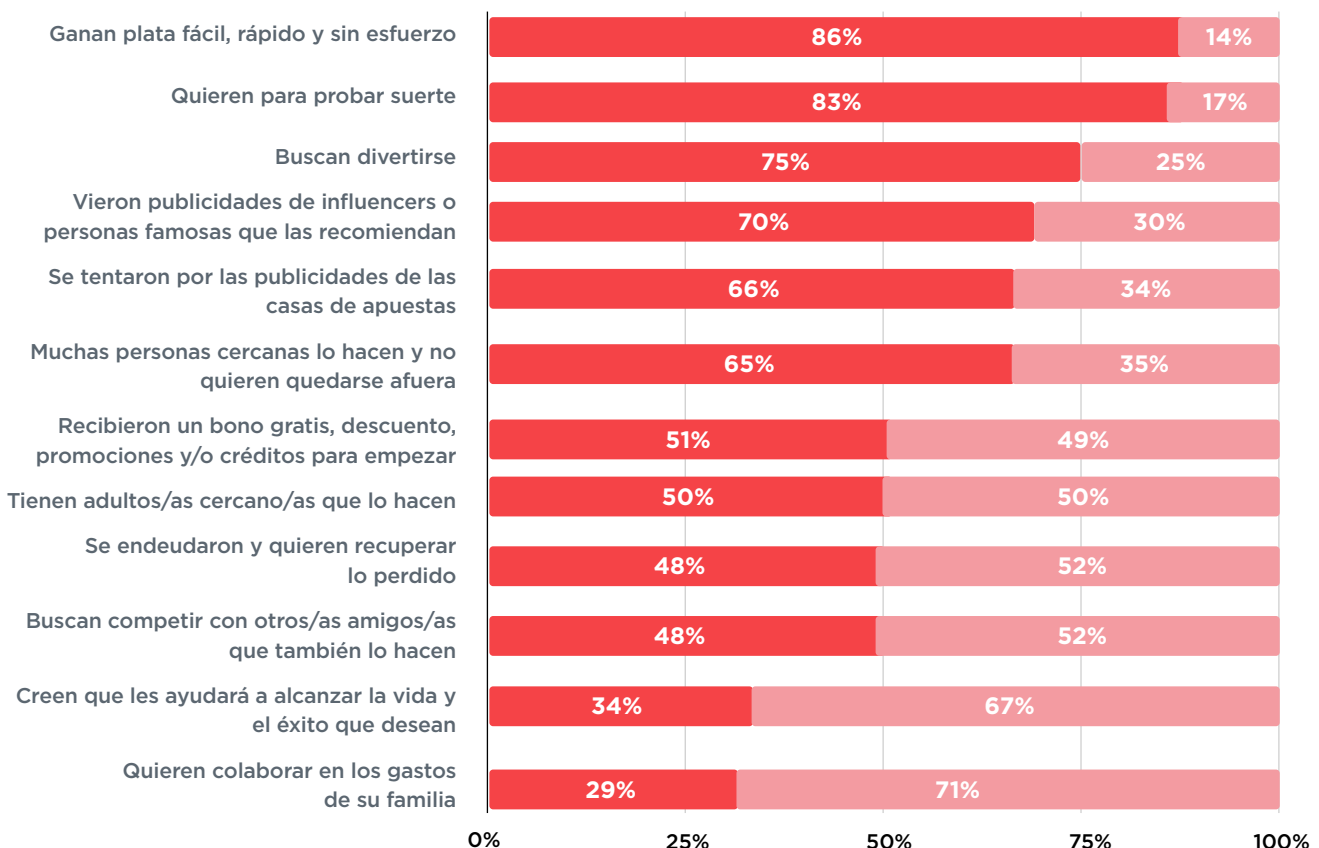
Base: Adolescentes con experiencia directa en apuestas online.

Los varones muestran mayor frecuencia de apuestas que las mujeres: mientras el **75%** de ellas solo lo hace de forma esporádica, entre los varones crecen las apuestas frecuentes y diarias. La práctica se expande en la adolescencia media y tardía: entre los 16 y 18 años, alrededor del **72%** declara haber apostado alguna vez, y el pico de intensidad se observa a los 15 años, cuando el **31%** apuesta al menos una o dos veces al mes. Por región, el AMBA concentra los niveles más altos de juego habitual: **10%** apuesta todos los días, **11%** entre una y tres veces por semana y **37%** al menos una vez al mes, cifras que superan al resto del país.

4. ADOLESCENTES CON EXPERIENCIA INDIRECTA EN APUESTAS ONLINE

GRÁFICO 10

Percepciones de las motivaciones para participar en apuestas online



Base: Adolescentes con experiencia indirecta en apuestas online.

■ SÍ ■ NO

Las motivaciones atribuidas a quienes participan en apuestas online se concentran principalmente en tres factores: la expectativa de ganancia rápida y sin esfuerzo (**86%**), la curiosidad por “probar suerte” (**83%**) y la búsqueda de entretenimiento (**75%**). También ocupa un lugar destacado la influencia de los contenidos digitales y la publicidad, con un **70%** que identifica recomendaciones de influencers o personas famosas y el **66%** a publicidad de casas de apuestas. Desde una dimensión social, el **65%** señala que apuesta porque muchas personas de su entorno lo hacen y no quieren quedarse afuera. En un segundo plano aparecen los incentivos comerciales (bonos y promociones: **51%**), la influencia de adultos cercanos que apuestan (**50%**) y el endeudamiento o competencia entre pares (**48%** en ambos casos). Finalmente, con menor mención surgen justificaciones asociadas a proyectos de vida o idea de éxito personal (**34%**) y la intención de colaborar con gastos del hogar (**29%**).

TABLA 7

Percepciones de las motivaciones para participar en apuestas online según género y edad

	GÉNERO		EDAD					
	Mujeres	Varones	13	14	15	16	17	18
MOTIVACIONES RECREATIVAS								
Quieren para probar suerte	83%	84%	80%	83%	81%	83%	87%	88%
Buscan divertirse	77%	74%	74%	68%	78%	80%	72%	78%
MOTIVACIONES ECONÓMICAS								
Ganan plata fácil, rápido y sin esfuerzo	91%	81%	78%	90%	86%	85%	88%	86%
Recibieron un bono gratis, descuento, promociones y/o créditos para empezar	48%	54%	53%	55%	46%	54%	48%	58%
INFLUENCIAS DEL ENTORNO								
Se tentaron por las publicidades de las casas de apuestas	71%	61%	66%	66%	65%	64%	67%	71%
Vieron publicidades de influencers o personas famosas que las recomiendan	70%	69%	66%	72%	64%	70%	72%	75%
Muchas personas cercanas lo hacen y no quieren quedarme afuera	69%	61%	64%	68%	68%	68%	63%	51%
Tienen adultos/as cercano/as que lo hacen	54%	47%	56%	62%	45%	48%	52%	38%
Buscan competir con otros/as amigos/as que también lo hacen	52%	44%	48%	45%	47%	51%	49%	50%



Base: Adolescentes con experiencia indirecta en apuestas online.

Por género, se observa una mayor referencia entre mujeres a las razones económicas vinculadas con la expectativa de ganancia fácil (**91%** frente a **81%** en varones), mientras que los varones mencionan en mayor medida la recepción de bonos o códigos promocionales como incentivo para iniciar la práctica (**54%** frente a **48%** en mujeres). Respecto de la influencia del entorno, las mujeres destacan en mayor medida que los varones la atracción ejercida por las casas de apuestas (**71%**), la influencia del entorno social (**69%**) y familiar (**54%**), y la competencia entre pares (**52%**). Por edad, la influencia de personas famosas e *influencers* (**75%**) y la atracción de las casas de apuestas (**71%**) registran los valores más altos de mención a los 18 años.

TABLA 8

Percepciones de las motivaciones para participar en apuestas online según región

	REGION					
	AMBA	Centro	Cuyo	NEA	NOA	Patagonia
MOTIVACIONES RECREATIVAS						
Quieren para probar suerte	86%	79%	78%	88%	84%	86%
Buscan divertirse	79%	75%	72%	68%	72%	77%
MOTIVACIONES ECONÓMICAS						
Ganan plata fácil, rápido y sin esfuerzo	85%	84%	88%	86%	93%	84%
Recibieron un bono gratis, descuento, promociones y/o créditos para empezar	50%	50%	54%	53%	53%	53%
INFLUENCIAS DEL ENTORNO						
Se tentaron por las publicidades de las casas de apuestas	60%	66%	66%	70%	76%	69%
Vieron publicidades de influencers o personas famosas que las recomiendan	67%	69%	78%	68%	75%	70%
Muchas personas cercanas lo hacen y no quieren quedarme afuera	67%	62%	66%	68%	64%	70%
Tienen adultos/as cercano/as que lo hacen	39%	47%	66%	67%	57%	62%
Buscan competir con otros/as amigos/as que también lo hacen	45%	50%	50%	44%	50%	53%



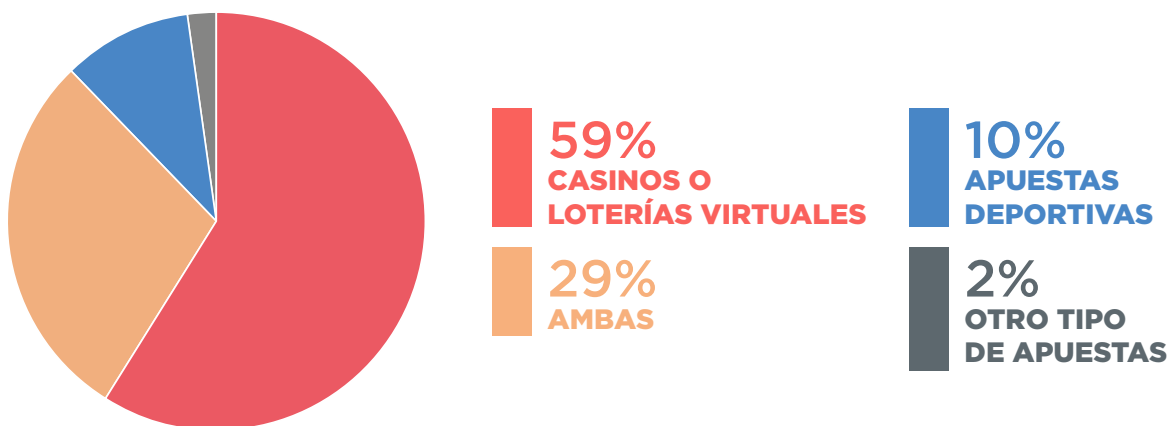
Base: Adolescentes con experiencia indirecta en apuestas online.

A nivel regional, el NOA concentra el mayor peso de la expectativa de “*ganancia fácil*” como motivo para apostar (**93%**) y registra también la mayor percepción del impacto de las casas de apuestas (**76%**, seguido por el NEA con **70%**). Además, junto con Cuyo, es la región donde más se menciona la incidencia de los influencers en las motivaciones para las apuestas online (**75%** en NOA y **78%** en Cuyo).

Al consultar por el vínculo con las personas cercanas que apuestan online, la mención predominante es amistad o compañerismo escolar (**78%**), seguida por madre o padre (**9%**), hermanos/as (**5%**), pareja (**2%**) y otros vínculos (**25%**). Al tratarse de una pregunta de respuesta múltiple, una misma persona pudo seleccionar más de una opción, por lo que la suma de porcentajes supera el 100% (**119%**).

GRÁFICO 11

Tipo de apuestas online en la que participa el entorno



Base: Adolescentes con experiencia indirecta en apuestas online.

Según las y los estudiantes, entre las personas de su entorno que participan en apuestas online predominan los casinos o loterías virtuales (**59%**), seguidos por quienes combinan casinos y apuestas deportivas (**29%**). En menor medida se mencionan quienes apuestan solo en deportes (**10%**) y otros tipos de apuestas (**2%**).

5. IMPACTO EMOCIONAL Y SOCIAL DE LAS APUESTAS ONLINE

TABLA 9

Impacto emocional y social de las apuestas online según tipo de exposición

	PARTICIPÉ EN APUESTAS		CONOCE A ALGUIEN		NO PARTICIPA NI CONOCE	
	Totalmente y algo de acuerdo	Poco o nada de acuerdo	Totalmente y algo de acuerdo	Poco o nada de acuerdo	Totalmente y algo de acuerdo	Poco o nada de acuerdo
Generar adicción o consumo problemático	79	21	89	11	78	22
Generar problemas económicos o endeudamiento	74	26	86	14	76	24
Generar ansiedad o malestar	69	31	79	21	72	28
Verse impulsadas por la presión de amigos y conocidos para participar	51	49	62	38	59	41
Afectar hábitos como el sueño	49	51	61	39	62	38
Afectar el rendimiento escolar	47	53	70	30	70	30
Afectar las relaciones con la familia y amigos/as	42	58	63	38	65	35
Aislar a las personas o alejarlas de su entorno	41	59	56	44	63	37
Afectar hábitos como la alimentación	30	70	38	62	47	53



Base: Adolescentes con conocimiento o experiencia (directa o indirecta) en apuestas online

La percepción de los riesgos asociados a las apuestas online es elevada entre las y los adolescentes, incluso entre quienes participan activamente. Los principales peligros identificados son el consumo problemático (entre **78%** y **89%** según el nivel de exposición a las apuestas), los problemas económicos o endeudamiento (**74%** a **86%**) y el malestar emocional o ansiedad (**69%** a **79%**). En comparación, los efectos vinculados al rendimiento escolar, las relaciones familiares o el aislamiento social reciben un reconocimiento intermedio, mientras que el impacto en hábitos de alimentación es el menos mencionado. Si bien quienes participan en apuestas tienden a minimizar

algunos efectos negativos, muestran igualmente un alto nivel de conciencia de los riesgos, especialmente en términos de pérdida de dinero y posible adicción.

Los cruces por género, edad y región muestran patrones consistentes entre quienes participan en apuestas online y quienes están expuestos/as a ellas a través de personas cercanas. El cruce por género evidencia un comportamiento homogéneo en cuanto al reconocimiento de los riesgos críticos: tanto mujeres como varones coinciden en altos niveles de acuerdo respecto de que las apuestas pueden generar adicción o consumo problemático (**77%** frente a **79%** y **89%** frente a **88%**, respectivamente) y endeudamiento (**71%** frente a **75%** entre quienes apuestan; **85%** frente a **86%** entre expuestos/as). Sin embargo, surgen diferencias cuando se observan los impactos emocionales y en la vida cotidiana: las mujeres tienden a reconocer en mayor medida ansiedad o malestar, alteraciones del sueño, afectación del rendimiento escolar o presión del entorno social. Entre quienes apuestan, por ejemplo, las mujeres declaran mayores niveles de acuerdo en ansiedad (**76%** frente ad **67%**), alteraciones del sueño (**65%** frente a **44%**), rendimiento escolar (**60%** frente a **43%**), aislamiento (**51%** frente a **38%**) y presión de pares (**58%** frente a **48%**); diferencias similares se observan entre quienes están expuestos/as pero no participan.

En relación con la edad, a medida que avanza la adolescencia aumenta el reconocimiento de los riesgos asociados a las apuestas online. Entre quienes participan en apuestas, la percepción del riesgo de adicción aumenta de manera sostenida con la edad: entre **63-59%** a los 13 y 14 años, **88%** a los 16, **85%** a los 17 y **87%** a los 18 años, mientras que la de problemas económicos sigue una evolución similar, subiendo de **60%** a los 13 años hasta alcanzar **81%** a los 17. Entre quienes están expuestos/as de manera indirecta, las curvas se intensifican todavía más: “*adicción*” alcanza un promedio de **92%** entre los 16 y 18 años y “*endeudamiento*” **90-91%** a los 16 y 17 años. Los impactos emocionales y de hábitos acompañan esta tendencia ascendente: en el grupo expuesto de manera indirecta, por ejemplo, la ansiedad pasa de **69-70%** en 13-14 años a **86-85%** en 17-18 años; entre quienes participan sube de manera lineal de **45%** en 13 años a **88%** en 18 años.

En todos los cruces analizados se repite una brecha consistente: quienes no participan, pero conocen a alguien que apuesta presentan sistemáticamente mayor percepción de riesgo, con diferencias de entre 8 y 15 puntos porcentuales respecto de quienes participan activamente.

6. INFLUENCERS Y MEDIOS

TABLA 10

Exposición a estímulos de publicidad de apuestas online según tipo de exposición

	PARTICIPA EN APUESTAS		CONOCE A ALGUIEN		NO PARTICIPA NI CONOCE	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
Publicidad de apuestas online en redes sociales o medios de comunicación	78	22	79	21	71	29
Influencers o personas famosas promocionando apuestas online	76	25	75	25	66	34
Publicidad de apuestas online en páginas web	74	26	77	23	67	33
Publicidad de apuestas online en eventos deportivos	73	27	66	34	61	39
Publicidad de apuestas online en videojuegos o plataformas de streaming	67	33	65	35	55	45



Base: Adolescentes con conocimiento o experiencia (directa o indirecta) en apuestas online

Quienes participan en apuestas online están expuestos/as a un mayor volumen y diversidad de publicidad que quienes tienen exposición indirecta. La exposición es alta en ambos grupos, pero resulta sistemáticamente más elevada entre quienes participan activamente. Incluso entre quienes no participan ni conocen a alguien que apueste, la exposición también es elevada: **71%** declara ver publicidad en redes sociales o medios digitales, lo que sugiere que la oferta publicitaria precede al contacto directo con la práctica y puede funcionar como disparador temprano del interés por apostar.

La publicidad de apuestas online llega a todos los segmentos de adolescentes, independientemente de su grado de vínculo con la práctica. Las redes sociales y medios digitales constituyen el principal canal de exposición, con valores altos en los tres grupos: **78%** entre quienes participan, **79%** entre quienes conocen a alguien y **71%** entre quienes no participan ni conocen. Le siguen influencers o personas famosas (**76%**, **75%** y **66%**, respectivamente para cada grupo) y páginas web (**74%**, **77%** y **67%**). También se

destacan los eventos deportivos (**73%**, **66%** y **61%**) y los videojuegos o plataformas de streaming, que si bien ocupan el último lugar relativo, muestran niveles de exposición igualmente elevados (**67%**, **65%** y **55%**).

Se observa un patrón consistente: a mayor cercanía con las apuestas, mayor exposición publicitaria. Las diferencias más marcadas aparecen en eventos deportivos y contenidos vinculados a videojuegos, con brechas de hasta 12 puntos porcentuales entre quienes participan y quienes no.

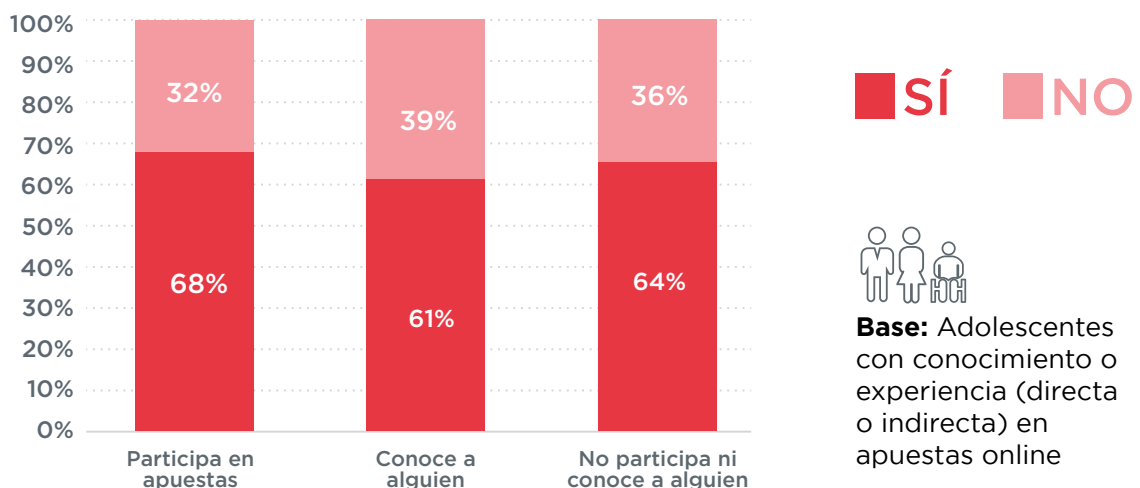
Al analizar por género, los varones presentan mayores niveles de exposición que las mujeres en casi todos los estímulos, especialmente eventos deportivos (**77%** frente a **61%** quienes participan; **76%** frente a **57%** a quienes están expuestos) y publicidad de *influencers* (**77%** frente a **71%** entre mujeres que participan). Por edad, la exposición aumenta a medida que avanza la adolescencia, con picos entre los 16 y 17 años: la publicidad en redes sociales alcanza **86%** entre quienes participan a los 17 años, y la de páginas web llega a **81%** entre los 16-17 años. A su vez, el AMBA concentra los niveles más altos de exposición digital, especialmente en redes y páginas web (hasta **86%** y **82%** entre el grupo expuesto), mientras que el NOA se destaca en publicidad de influencers (**85%** entre quienes participan) y Patagonia y Centro sostienen niveles estables en todos los canales.

7. REGULACIÓN Y PREVENCIÓN

7.1 Conocimiento de edad mínima legal

GRÁFICO 12

Conocimiento de edad mínima legal según tipo de exposición



La mayoría de las y los adolescentes reconoce que existe una edad mínima para apostar online: **68%** entre quienes participan, **61%** entre quienes conocen a alguien que apuesta y **64%** entre quienes no participan ni conocen, mientras que entre **32%** y **39%** considera que no hay una restricción legal de edad. El conocimiento sobre esta normativa es mayoritario en todos los grupos, aunque presenta diferencias por género y edad.

TABLA 11

Conocimiento de edad mínima legal según tipo de exposición según género y edad

		GÉNERO		EDAD					
		Mujeres	Varones	13	14	15	16	17	18
Participa en apuestas	SÍ	67%	68%	72%	56%	69%	72%	67%	70%
	NO	33%	32%	28%	45%	31%	28%	34%	30%
Conoce a alguien	SÍ	57%	65%	68%	60%	57%	63%	60%	62%
	NO	43%	35%	32%	40%	43%	38%	40%	38%
No participa ni conoce	SÍ	58%	71%	70%	64%	58%	67%	59%	63%
	NO	42%	29%	30%	36%	42%	33%	41%	37%



Base: Adolescentes con conocimiento o experiencia (directa o indirecta) en apuestas online

Por género, los varones declaran conocer más la existencia de una edad mínima que las mujeres en dos de los tres grupos: **65%** frente a **57%** entre quienes conocen a alguien que apuesta y **71%** frente a **58%** entre quienes no participan ni conocen. En cambio, entre quienes participan activamente, el nivel de conocimiento es prácticamente similar (**68%** frente a **67%**).

Por edad, se observa una caída intermedia que podría indicar un momento de menor percepción de regulación: entre los 14 y 15 años disminuye el conocimiento sobre la edad mínima en los tres grupos. Entre quienes participan, pasa de **72%** a los 13 años a **56%** a los 14, para luego volver a subir a **72%** a los 16. Una tendencia similar ocurre entre quienes conocen a alguien que apuesta (pasa de **68%** a los 13 años a **60%** a los 14 y **57%** a los 15) y entre quienes no participan ni conocen (desciende de **70%** a **64%** y luego a **36%** en esas mismas edades), con nuevos picos a los 16 años en todos los casos. Esta tendencia sugiere un período crítico en la temprana adolescencia donde se debilita la percepción de límites legales, lo que podría facilitar el ingreso a la práctica.

TABLA 12

Conocimiento de edad mínima legal según tipo de exposición según región

		REGIÓN					
		AMBA	Centro	Cuyo	NEA	NOA	Patagonia
Participa en apuestas	SÍ	78%	68%	52%	66%	63%	60%
	NO	22%	32%	48%	34%	37%	40%
Conoce a alguien	SÍ	59%	62%	60%	66%	59%	61%
	NO	41%	39%	40%	34%	41%	39%
No participa ni conoce	SÍ	66%	63%	68%	65%	63%	60%
	NO	34%	37%	32%	36%	38%	40%



Base: Adolescentes con conocimiento o experiencia (directa o indirecta) en apuestas online

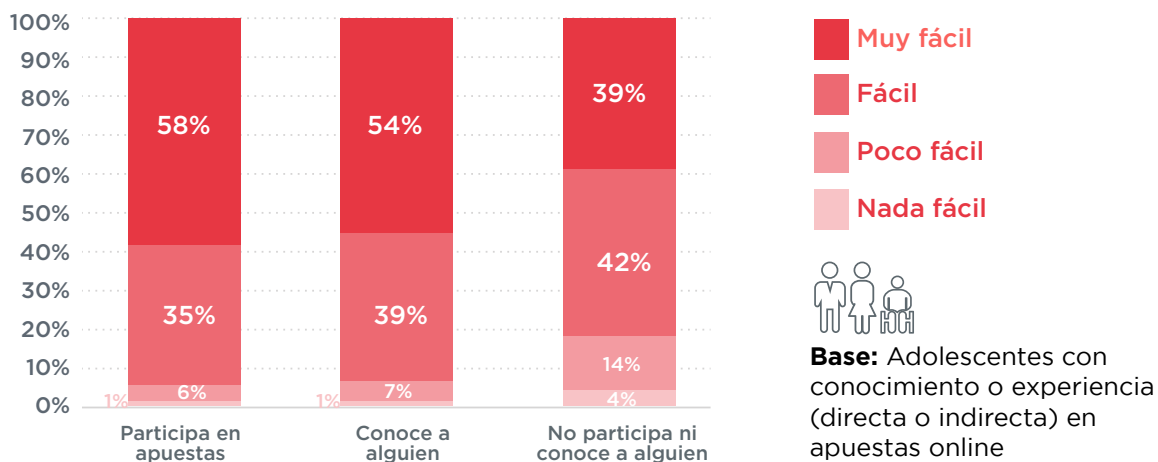
Por región, el nivel de conocimiento sobre la edad mínima legal también presenta diferencias. Entre quienes participan en apuestas, AMBA registra el mayor nivel de conocimiento (**78%**), mientras que Cuyo muestra el mínimo (**52%**). Entre quienes tienen exposición indirecta, NEA lidera con **66%**, y el resto de las regiones se ubica entre **59%** y **62%**. En el grupo que no participa ni conoce a alguien que apueste, el mayor conocimiento vuelve a aparecer en Cuyo (**68%**) y el menor en Patagonia (**60%**).

Cuando se les pide especificar cuál es la edad mínima legal para apostar en Argentina, el consenso es amplio: 18 años es la respuesta dominante en los tres grupos (**84%** entre quienes participan, **85%** entre quienes conocen a alguien que apuesta y **86%** entre quienes no participan ni conocen). Las demás opciones aparecen de forma marginal, cada una con **5%** o menos de menciones.

7.2. Facilidad de acceso

GRÁFICO 13

Percepción de facilidad de acceso según tipo de exposición



La percepción de facilidad de acceso a las apuestas online es mayoritaria en los tres grupos: **58%** de quienes participan, **54%** de quienes conocen a alguien que apuesta y **39%** de quienes no participan ni conocen consideran que es “*muy fácil*” acceder. Si se suma la opción “*fácil*”, los niveles ascienden a **93%** tanto entre quienes participan como entre quienes conocen, y a **81%** entre quienes no participan ni conocen. En todos los casos, quienes consideran que el acceso es “*poco o nada fácil*” constituyen una minoría (entre **7%** y **18%**).

TABLA 13

Percepción de facilidad de acceso según tipo de exposición según género y edad

		GÉNERO		EDAD					
		Mujeres	Varones	13	14	15	16	17	18
Participa en apuestas	MUY FÁCIL	44%	63%	49%	55%	61%	67%	56%	51%
	FÁCIL	45%	31%	32%	31%	30%	30%	39%	43%
	POCO FÁCIL	9%	5%	15%	12%	9%	3%	3%	3%
	NADA FÁCIL	1%	1%	4%	2%	0%	0%	1%	3%
Conoce a alguien	MUY FÁCIL	56%	51%	44%	46%	47%	63%	59%	59%
	FÁCIL	37%	41%	36%	45%	46%	32%	37%	35%
	POCO FÁCIL	6%	7%	17%	9%	5%	4%	3%	6%
	NADA FÁCIL	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	0%
No participa ni conoce	MUY FÁCIL	37%	42%	35%	36%	41%	44%	48%	37%
	FÁCIL	47%	37%	40%	46%	44%	45%	42%	28%
	POCO FÁCIL	14%	15%	20%	14%	12%	10%	9%	18%
	NADA FÁCIL	2%	7%	5%	4%	3%	2%	1%	17%

Base: Adolescentes con conocimiento o experiencia (directa o indirecta) en apuestas online

Al analizar la percepción de facilidad de acceso según género, se observa que los varones con experiencia directa en apuestas declaran mayores facilidades que las mujeres: el **63%** considera que es *“muy fácil”* acceder, frente al **44%** de las mujeres. Sin embargo, esta brecha se atenúa cuando se observa la categoría *“fácil”*, donde las mujeres superan a los varones por 14 puntos porcentuales.

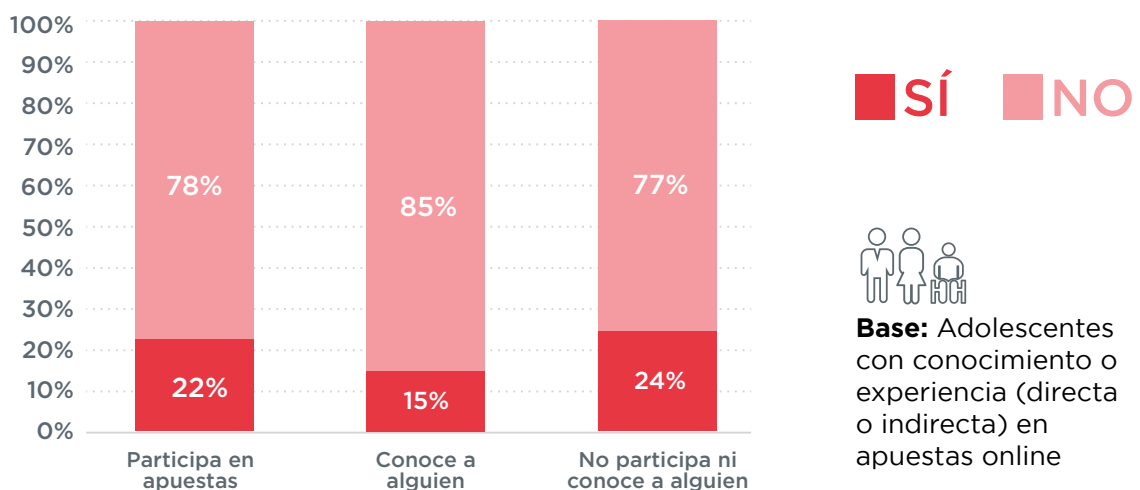
Por edad, la percepción de que es *“muy fácil”* acceder a las apuestas online aumenta en la adolescencia media y alcanza su punto máximo entre los 16 y 17 años. Entre quienes participan, pasa de **49%** a los 13 años a **67%** a los 16; entre quienes conocen a alguien que apuesta, de **44%** a **63%** en el mismo tramo; y aun entre quienes no participan, sube de **35%** a **48%** a los 17 años.

Por región, la percepción de facilidad de acceso a las apuestas online es alta en todo el país, pero se intensifica en Centro, NOA y Patagonia, donde más del **60%** de quienes participan considera que acceder es *“muy fácil”*.

7.3 Medidas para evitar el acceso de menores

GRÁFICO 14

Percepción sobre la eficacia del control de edad en sitios de apuestas online según nivel de exposición



Predomina la percepción de que no existen medidas suficientes para restringir el acceso a las apuestas online: así lo afirma el **78%** de quienes participan, el **85%** de quienes conocen a alguien que apuesta y el **77%** de quienes no participan ni conocen; sólo entre **15%** y **24%** considera que las medidas actuales son adecuadas.

TABLA 14

Percepción sobre la eficacia del control de edad en sitios de apuestas online según nivel de exposición según edad y región

		EDAD											
		13	14	15	16	17	18	AMBA	Centro	Cuyo	NOA	NEA	Patagonia
Participa en apuestas	SÍ	56%	27%	24%	21%	16%	14%	18%	18%	17%	40%	24%	25%
	NO	45%	73%	76%	79%	84%	86%	82%	82%	83%	60%	76%	75%
Conoce a alguien	SÍ	23%	21%	13%	12%	11%	14%	13%	13%	26%	22%	12%	17%
	NO	77%	80%	87%	88%	90%	86%	88%	88%	74%	78%	88%	83%
No participa ni conoce	SÍ	26%	25%	14%	20%	18%	48%	26%	19%	31%	26%	20%	26%
	NO	74%	75%	86%	80%	82%	52%	74%	81%	69%	74%	80%	74%



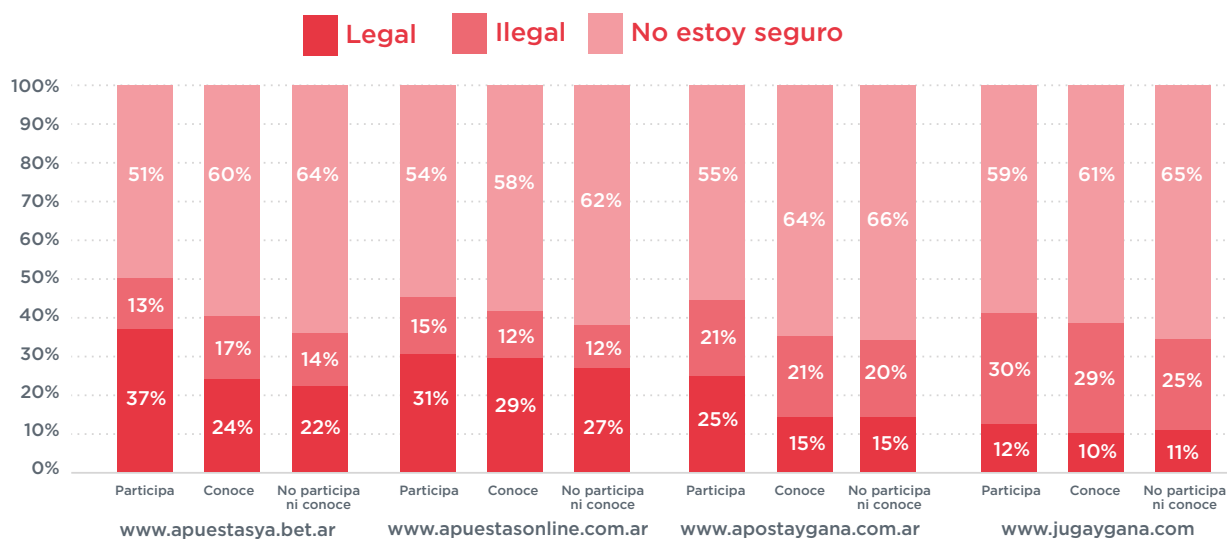
Base: Adolescentes con conocimiento o experiencia (directa o indirecta) en apuestas online

Por edad, se destaca que entre los 13 años se perciben mayores barreras de acceso a sitios online en mayor medida que en el resto de los grupos etarios. Por región, el NEA muestra niveles más altos de percepción de control o restricción en comparación con el resto del país.

7.4 Diferenciación de sitios legales vs. ilegales simulados

GRÁFICO 15

Identificación de la legitimidad de sitios de apuestas online según tipo de exposición



Base: Adolescentes con conocimiento o experiencia (directa o indirecta) en apuestas online

La mayoría de las y los adolescentes no puede distinguir entre plataformas legales e ilegales de apuestas online. En los cuatro dominios simulados evaluados predomina la incertidumbre, con entre **51%** y **66%** de respuestas “*no estoy seguro/a*”, independientemente del sitio y del tipo de exposición. Entre quienes tienen experiencia directa con apuestas, el dominio simulado **bet.ar** fue el más reconocido como legal. En todos los grupos el dominio **.com** recibió menor reconocimiento de legalidad.

TABLA 15

Identificación de la legitimidad del dominio **bet.ar** según segmentación según tipo de exposición según género y edad

		GÉNERO		EDAD					
		Mujeres	Varones	13	14	15	16	17	18
Participa en apuestas	LEGAL	20%	42%	31%	43%	36%	34%	36%	41%
	ILEGAL	17%	11%	14%	15%	14%	13%	11%	11%
	NO ESTOY SEGURO	63%	47%	56%	42%	50%	53%	53%	48%
Conoce a alguien	LEGAL	15%	33%	29%	23%	26%	26%	20%	19%
	ILEGAL	18%	15%	16%	14%	18%	17%	18%	14%
	NO ESTOY SEGURO	67%	52%	56%	64%	56%	57%	62%	67%
No participa ni conoce	LEGAL	17%	28%	21%	20%	22%	21%	28%	22%
	ILEGAL	14%	14%	14%	12%	17%	18%	10%	9%
	NO ESTOY SEGURO	69%	58%	65%	68%	61%	61%	62%	68%



Base: Adolescentes con conocimiento o experiencia (directa o indirecta) en apuestas online

Al analizar los cruces por género, edad y región para el sitio con dominio **bet.ar** (el que más se aproxima a la apariencia de legalidad entre las simulaciones) se observa que los varones registran una mayor percepción de legalidad que las mujeres. Por edad, la confusión sobre su estatus legal es más alta en el grupo de 13 años entre quienes participan en apuestas y a los 18 años entre quienes tienen exposición indirecta. Estos resultados podrían sugerir que la confusión normativa combina factores de inicio temprano en la práctica y falta de claridad regulatoria al final de la adolescencia según el tipo de exposición a la práctica.

TABLA 16

Identificación de la legitimidad del dominio bet.ar según tipo de exposición por región

		REGIÓN					
		AMBA	Centro	Cuyo	NEA	NOA	Patagonia
Participa en apuestas	LEGAL	47%	39%	23%	25%	31%	39%
	ILEGAL	12%	13%	6%	13%	18%	12%
	NO ESTOY SEGURO	42%	49%	71%	62%	51%	49%
Conoce a alguien	LEGAL	25%	26%	26%	20%	20%	24%
	ILEGAL	15%	14%	16%	20%	21%	20%
	NO ESTOY SEGURO	60%	60%	58%	60%	59%	56%
No participa ni conoce	LEGAL	23%	21%	24%	24%	22%	19%
	ILEGAL	12%	14%	14%	13%	19%	16%
	NO ESTOY SEGURO	66%	65%	62%	64%	59%	66%



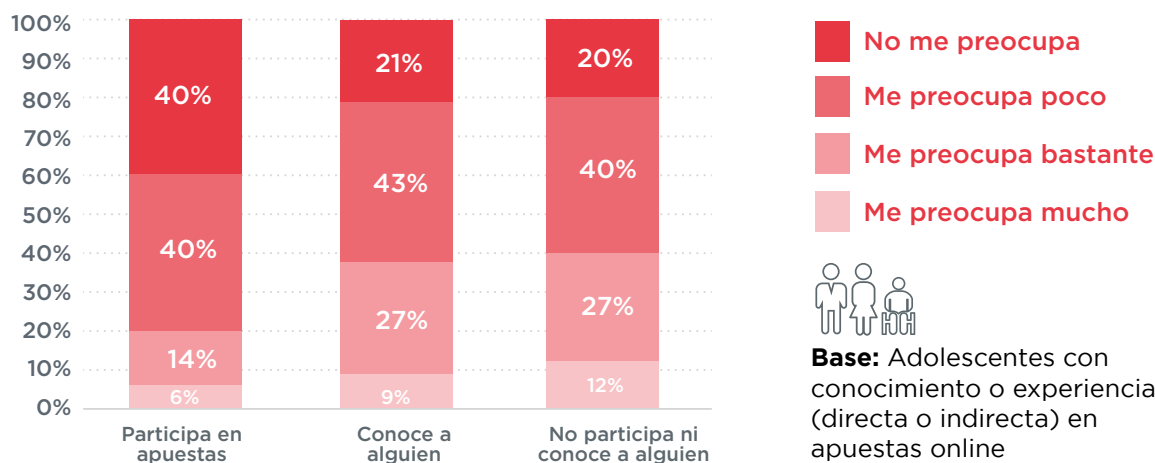
Base: Adolescentes con conocimiento o experiencia (directa o indirecta) en apuestas online

Por región, AMBA registra los niveles más altos de percepción de legalidad entre quienes apuestan o apostaron alguna vez, mientras que Cuyo se destaca por concentrar mayor confusión dentro del grupo con experiencia directa.

7.5. Preocupación y abordajes de la problemática

GRÁFICO 16

Nivel de preocupación por el tema apuestas online según tipo de exposición

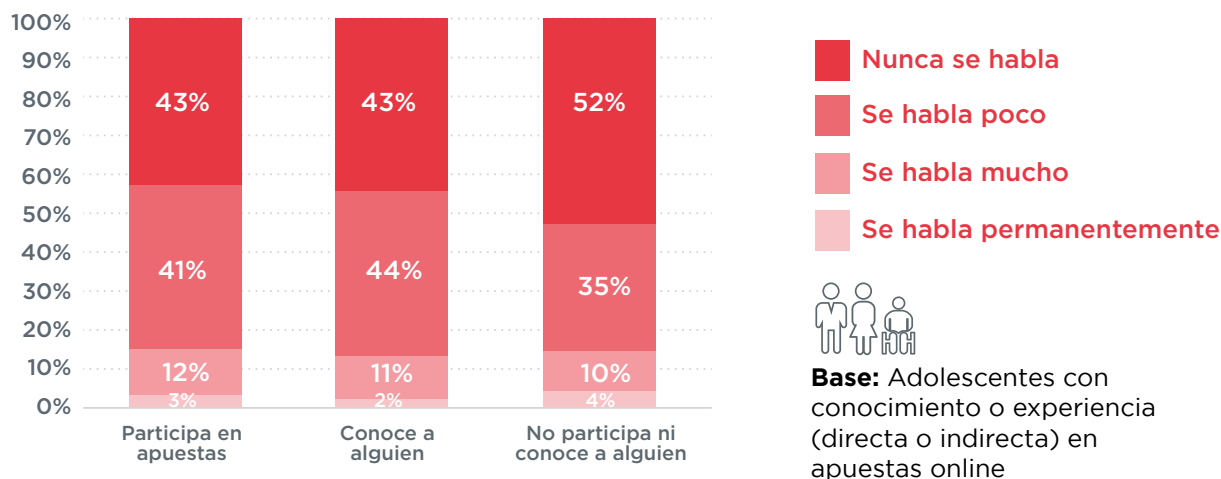


La preocupación frente a las apuestas online disminuye a medida que aumenta el nivel de vínculo con la práctica. El **39%** de quienes no participan ni conocen a alguien que apuesta manifiestan mucha o bastante preocupación y **36%** entre quienes conocen a alguien, pero cae al **20%** entre quienes participan activamente, donde predominan las respuestas “poco” o “no me preocupa” en un **80%**. Esto sugiere que la cercanía con la práctica reduce la percepción de riesgo, mientras que la distancia respecto de la práctica se asocia con mayores niveles de preocupación.

Por edad, entre quienes participan en apuestas, el desinterés predomina a los 13-14 años y luego disminuye gradualmente hasta los 17, manteniéndose en general bajos niveles de preocupación a lo largo de la adolescencia. En contraste, entre quienes no tienen contacto directo ni indirecto con las apuestas, la preocupación intensa es mayor a los 13 años, pero desciende con la edad y se desplaza hacia posiciones de menor preocupación en los tramos intermedios, aunque vuelve a intensificarse a los 18 años.

GRÁFICO 17

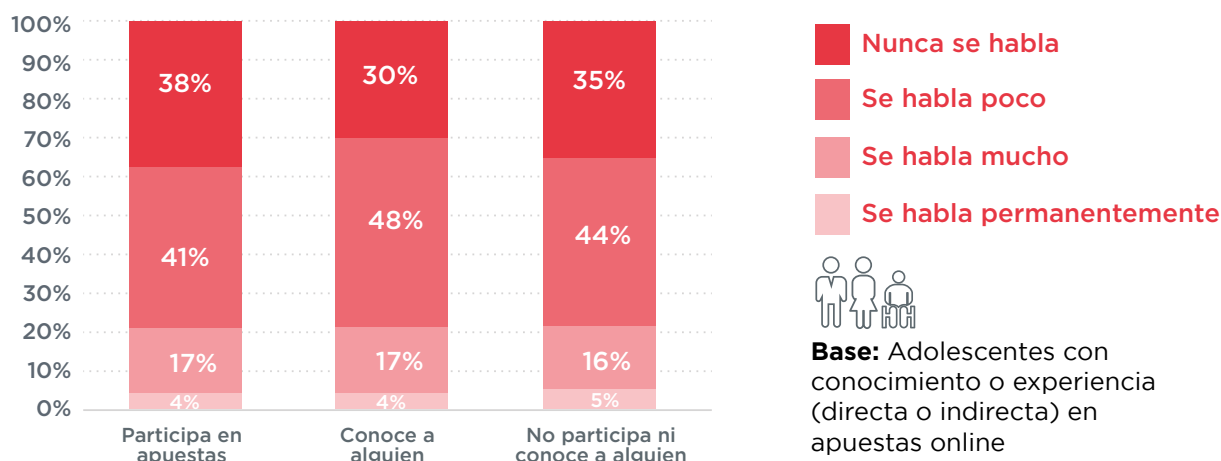
Frecuencia de abordaje del tema en el hogar según tipo de exposición



En los tres grupos predomina la idea de que se habla poco o nada sobre apuestas online en su entorno. Esto lo sostiene el **84%** de quienes participan (**41%** “se habla poco” y **43%** “nunca”), el **87%** de quienes conocen a alguien que participa (**44%** “poco” y **43%** “nunca”) y el **87%** de quienes conocen a alguien que apuesta (**35%** “poco” y **52%** “nunca”). Las menciones a que “se habla mucho o permanentemente” son minoritarias, ubicándose entre **13%** y **15%** según el grupo.

GRÁFICO 18

Frecuencia de abordaje del tema en la escuela según tipo de exposición



En relación al abordaje en la escuela, también predominan percepciones de baja conversación sobre apuestas online: **79%** de quienes participan (**41%** “poco” y **38%** “nunca”), **78%** de quienes conocen a alguien que apuesta (**48%** “poco” y **30%** “nunca”) y **79%** de quienes no participan ni conocen (**44%** “poco” y **35%** “nunca”) señalan que el tema se habla poco o directamente no se habla. Las menciones a que “se habla mucho o permanentemente” son minoritarias en los tres grupos, ubicándose en torno al **21-22%**.

TABLA 17

Preferencia de herramientas para la contención y el abordaje de problemas relacionados con apuestas online según tipo de exposición

	PARTICIPA EN APUESTAS	CONOCE A ALGUIEN	NO PARTICIPA NI CONOCE A ALGUIEN
Poder contarle a mis adultos/as cercanos/as sin sentirme juzgado/a	50%	67%	67%
Poder escuchar testimonios de personas que tuvieron problemas relacionados a las apuestas online	23%	34%	28%
Poder recibir ayuda gratuita y profesional	17%	35%	34%
Poder contarlo en la escuela sin sentirme juzgado/a	12%	18%	12%
Ninguna de las anteriores	25%	9%	11%
Otro/a	8%	6%	6%

Base: Adolescentes con conocimiento o experiencia (directa o indirecta) en apuestas online
Al tratarse de una pregunta de respuesta múltiple, los porcentajes pueden superar el 100%.

Frente a un problema con las apuestas online, las y los adolescentes priorizan apoyos de vínculo cercano y confianza. La herramienta más valorada es poder contarle a una persona adulta cercana sin ser juzgado/a: **50%** entre quienes participan; **67%** entre quienes conocen a alguien que apuesta y **67%** entre quienes no participan ni conocen. Le siguen escuchar testimonios de personas que atravesaron situaciones similares: **23%** entre quienes participan, **34%** entre quienes conocen a alguien que apuesta y **28%** entre quienes no participan ni conocen) y recibir ayuda gratuita y profesional **17%** entre quienes participan, **35%** entre quienes conocen a alguien que apuesta y **34%** entre quienes no participan ni conocen. La opción “ninguna”, que expresa falta de percepción de utilidad de las diferentes opciones de herramientas de apoyo, es más frecuente entre quienes participan activamente (**25%**) que en los otros grupos (**9-11%**), lo que sugiere mayor normalización o aislamiento frente al problema entre quienes ya están involucrados en la práctica. En las respuestas abiertas asociadas a “otro/a”, emergen dos estrategias adicionales: el sostén social entre pares y vínculos cercanos, y el autocontrol como forma individual de afrontamiento.

TABLA 18

Medidas de prevención para la exposición de apuestas online en adolescencias según tipo de exposición

	PARTICIPA EN APUESTAS	CONOCE A ALGUIEN	NO PARTICIPA NI CONOCE A ALGUIEN
Controles más estrictos para que menores de edad 18 años no puedan hacer apuestas online	66%	81%	79%
Talleres y charlas informativas en escuelas	29%	40%	35%
Restricción de publicidad en redes sociales, medios de comunicación, y eventos	27%	48%	42%
Restringir el uso de influencers y/o famosos para publicitar sitios de apuestas online	18%	34%	28%
Colaboración con influencers y/o famosos para promover el juego responsable	14%	29%	24%
Campañas de sensibilización en redes sociales y medios de comunicación	13%	24%	22%
No hay que hacer ninguna acción para prevenir apuestas online en adolescentes	9%	2%	3%
OTRO	9%	2%	3%

Base: Adolescentes con conocimiento o experiencia (directa o indirecta) en apuestas online
Al tratarse de una pregunta de respuesta múltiple, los porcentajes pueden superar el 100%.

Entre las acciones para prevenir problemas con las apuestas online, la prioridad para adolescentes es reforzar el control para impedir el acceso de menores, opción mencionada por **66%** de quienes participan, **81%** de quienes conocen a alguien que apuesta y **79%** de quienes no participan ni conocen. En segundo lugar, se destacan medidas regulatorias y educativas, como realizar talleres en las escuelas, apoyados por **29%**, **40%** y **35%** respectivamente, y restringir la publicidad en redes, medios y eventos deportivos, con respaldo del **27%**, **48%** y **42%**.

También cuentan con apoyo relevante las propuestas vinculadas al ecosistema digital: limitar el uso de *influencers* en la promoción de apuestas recibe respaldo del **18%**, **34%** y **28%**; trabajar con *influencers* para promover el juego responsable, **14%**, **29%** y **24%**; y realizar campañas de concientización, **13%**, **24%** y **22%**.

La postura de “no hacer nada” es minoritaria, con **9%** entre quienes participan y apenas **2-3%** entre los otros grupos. En general, el mayor respaldo a las medidas se observa entre quienes conocen a alguien que apuesta, lo que sugiere un mayor nivel de percepción del problema entre quienes tienen cercanía con la práctica.

TABLA 19

Medidas de prevención para la exposición de apuestas online en adolescencias según tipo de exposición

	PARTICIPA EN APUESTAS	CONOCE A ALGUIEN	NO PARTICIPA NI CONOCE A ALGUIEN
Conocer los riesgos de las apuestas online	75%	76%	85%
Conocer cómo funcionan los algoritmos de las apuestas online	56%	50%	44%
Intercambiar experiencias reales de personas que apostaron	52%	61%	48%
Tener información de dónde pedir ayuda	32%	45%	47%

Base: Adolescentes con conocimiento o experiencia (directa o indirecta) en apuestas online
Al tratarse de una pregunta de respuesta múltiple, los porcentajes pueden superar el 100%.

Entre quienes proponen realizar talleres o charlas en las escuelas, el contenido más demandado es conocer los riesgos de las apuestas online, con niveles altos en los tres grupos: **75%** entre quienes participan, **76%** entre quienes conocen a alguien que apuesta y **85%** entre quienes no participan ni conocen. En segundo lugar, aparece el interés por entender cómo funcionan los algoritmos y mecanismos de captación de las plataformas (**56%**, **50%** y **44%**), seguido por escuchar experiencias reales de otras personas que apostaron, especialmente valorado en el grupo con exposición indirecta (**61%**, frente a **52%** en quienes participan y **48%** en quienes no participan). Por último, la necesidad de información sobre dónde pedir ayuda ocupa un lugar relevante, aunque con diferencias: es menos prioritaria entre quienes participan (**32%**), pero aumenta entre quienes conocen a alguien que apuesta (**45%**) y quienes no participan ni conocen (**47%**), reflejando mayor demanda de orientación fuera de los círculos directamente involucrados.

CONCLUSIONES

El estudio muestra que las apuestas online se han consolidado como una práctica creciente entre los y las adolescentes en Argentina, aun cuando su acceso está legalmente prohibido para menores de 18 años. Los datos sugieren que la exposición al fenómeno es alta: 16% afirma haber apostado alguna vez y el **45%** que no apuesta, pero conoce a alguien cercano que sí lo hace. Solo **27%** declara no participar ni conocer casos. Estos resultados evidencian una circulación social extendida de las apuestas online.

Se observa una brecha de género tanto en participación como en frecuencia: **24%** de los varones apostó frente a **8%** de las mujeres, y los varones presentan mayor intensidad de juego y exposición a circuitos informales. A nivel regional, el AMBA concentra las mayores tasas de juego frecuente y exposición publicitaria, aunque la práctica se registra en todas las regiones del país.

En la adolescencia temprana (13-14 años), el ingreso a las apuestas está más asociado a curiosidad, influencia de pares y baja percepción de riesgo. En cambio, en la adolescencia media y tardía (16-18 años) aparecen motivaciones económicas más fuertes y aumenta la percepción de riesgo, aunque esto no se traduce necesariamente en menor participación. Las mujeres reportan un mayor impacto en su bienestar mental que en ocasiones puede derivar en ansiedad y presión social, mientras que los varones registran mayor exposición a riesgos económicos.

Las motivaciones que explican el ingreso al mundo de las apuestas combinan factores recreativos, sociales y económicos. La curiosidad (**89%**) y el entretenimiento (**84%**) encabezan las razones declaradas, seguidas por incentivos económicos ligados a la expectativa de “*ganar plata fácil y rápida*” y los bonos promocionales ofrecidos por las plataformas. La influencia de pares y referentes es determinante: entre quienes apuestan, **43%** recibió ayuda para acceder a plataformas, y dentro de ese grupo la principal vía de facilitación fueron amistades o pares (**57%**). Además, **50%** estuvo motivado/a por promociones de influencers o figuras famosas que las recomiendan y el **44%** recibió un bono de promoción para iniciarse en la práctica, lo que refuerza el rol del entorno social y digital en el inicio de las apuestas online.

La publicidad y el marketing digital tienen un rol central en la estimulación del fenómeno: entre **71%** y **79%** de las y los adolescentes estuvo expuesto/a a publicidad de apuestas online, incluso quienes nunca apostaron. Redes sociales, influencers, transmisiones deportivas, streamers y contenidos patrocinados son las principales vías de contacto. La combinación de incentivos financieros, algoritmos que segmentan audiencias y campañas dirigidas a jóvenes configura un ecosistema comunicacional que facilita el ingreso temprano.

En relación con los medios de acceso, el 83% indica utilizar billeteras virtuales y pagos digitales revela limitaciones a los controles efectivos por edad. Además, **8 de cada 10** adolescentes creen que las medidas actuales para evitar el acceso de menores a las páginas de apuestas online no funcionan.

A pesar de la magnitud del fenómeno, el informe revela que casi no se conversa sobre la temática en los principales entornos de socialización adolescente: entre **79%** y **87%** afirma que en sus hogares y escuelas se habla poco o nada sobre apuestas online, lo que evidencia bajos niveles de acompañamiento y alerta temprana. Sin embargo, la demanda de prevención es muy alta entre las y los propios adolescentes: en promedio, el **75%** pide mayores controles para impedir el acceso de menores, y **4 de cada 10** solicita talleres y acciones educativas en las escuelas. Entre quienes apoyan estas iniciativas, los contenidos más demandados son: conocer los riesgos de las apuestas online, entender cómo operan los algoritmos y mecanismos de captación de las plataformas y escuchar experiencias reales de personas que atravesaron problemas con el juego online.

En conjunto, los hallazgos sugieren que las apuestas online configuran un fenómeno altamente accesible, socialmente validado en ciertos entornos juveniles y potenciado por el ecosistema digital, sin regulación efectiva en la práctica. Este panorama plantea desafíos para la protección de derechos de niñas, niños y adolescentes, particularmente en lo relativo a alfabetización digital crítica, prevención de riesgos económicos y cuidado de la salud mental. Los datos evidencian la urgencia de políticas preventivas integrales que combinen regulación, educación digital, acompañamiento familiar y estrategias de intervención en entornos digitales.

RECOMENDACIONES

1. Reducir las brechas de acceso y fortalecer la responsabilidad de las plataformas

Aunque las empresas declaran contar con controles de verificación de edad y trazabilidad de pagos, la evidencia muestra que las y los adolescentes logran evadirlos mediante billeteras virtuales, cuentas prestadas e intermediación social. Es necesario evaluar y mejorar los mecanismos de protección mediante monitoreo público activo, auditorías independientes y acuerdos interinstitucionales. Involucrar a adolescentes en la identificación de fisuras y tácticas de captación permitiría diseñar respuestas más efectivas además de promover una participación informada en el diseño de los entornos digitales. Se proponen dos acciones complementarias:

1a. Bloqueo de dominios ilegales

Implementar, en articulación con empresas de telecomunicaciones y organismos reguladores, un sistema de bloqueo de dominios y URL vinculados a plataformas de apuestas ilegales y legales con restricción etaria. Este mecanismo permitiría impedir el acceso desde redes públicas y privadas, especialmente en entornos escolares. Su aplicación sostenida fortalecería las políticas de prevención y reduciría la exposición a contenidos ilegales en la web.

1b. Fortalecer controles en billeteras virtuales

Se propone fortalecer los mecanismos de seguridad y transparencias de las plataformas de pago digitales, priorizando la protección de las personas menores de edad. Según los datos relevados, el 83% de los y las adolescentes que apuesta utiliza estos medios para participar en apuestas online. Supervisar la validación de identidad y trazabilidad de fondos en las plataformas de pago digitales permitiría reducir los riesgos de acceso no autorizado y favorecer la detección temprana de situaciones vulnerables

2. Regular la publicidad y promover responsabilidad de empresas e influencers

La publicidad de apuestas online llega masivamente a audiencias adolescentes a través de redes sociales, deportistas, streamers y referentes digitales. Se recomienda establecer criterios de publicidad responsable que limiten la captación juvenil, prohíban la promoción encubierta y exijan mensajes preventivos visibles. La corresponsabilidad también debe incluir a influencers y figuras públicas mediante códigos de ética digital centrados en la protección y bienestar de las y los adolescentes.

3. Fortalecer entornos protectores: escuela, familia y comunidad

Las apuestas online se desarrollan en entornos de baja conversación adulta y alta exposición digital, lo que aumenta la vulnerabilidad adolescente. Es clave integrar contenidos de alfabetización digital crítica en las escuelas, promover el diálogo preventivo en el hogar y fortalecer el rol de referentes comunitarios. Las estrategias locales deben priorizar la salud mental, la escucha activa y la protección de los derechos de las y los adolescentes por sobre el punitivismo.

4. Impulsar redes de acompañamiento entre pares

Las amistades cumplen un rol central tanto en el inicio como en el sostenimiento de la práctica, lo que convierte al vínculo entre pares en un espacio estratégico de prevención. Promover programas juveniles de apoyo entre pares permitiría identificar señales de riesgo temprano, desactivar la presión grupal y canalizar búsquedas de ayuda hacia adultos o servicios confiables. Estos programas deben incluir herramientas de comunicación empática como así también el autocuidado.

5. Desarrollar campañas de prevención digital con participación juvenil

Las estrategias de comunicación deben competir con la presencia dominante del marketing de apuestas en redes. Se propone implementar campañas de prevención dirigidas y co-creadas con adolescentes para garantizar un mensaje auténtico y sentido, utilizando lenguaje cotidiano y formatos atractivos. Se recomienda incluir mensajes

informados por la evidencia que desactiven la narrativa de “*ganar fácil*”. Es clave explicar cómo operan los algoritmos y bonos de captación y co-crear los contenidos con las adolescencias para aumentar su relevancia y alcance.

6. Promover entornos digitales seguros y transparentes

La prevención debe incluir un diseño ético y seguro de plataformas digitales. Se recomienda articular con empresas tecnológicas e instituciones especializadas para reducir estímulos adictivos y mecanismos de recompensas que favorecen el juego compulsivo. La creación de acuerdos y estándares de ética digital puede fortalecer entornos más seguros y transparentes. Impulsar acuerdos voluntarios de ética digital contribuiría a proteger a las y los adolescentes en entornos donde hoy no existen salvaguardas efectivas.

7. Fortalecer el rol de las organizaciones de la sociedad civil en la construcción de espacios de confianza

Se recomienda promover la participación activa de las organizaciones en el diseño y el desarrollo de talleres y espacios sobre las apuestas online en escuelas y comunidades. Estas acciones deben priorizar el encuentro y la conversación genuina con las y los adolescentes, donde puedan expresar dudas, miedos y experiencias sin juicio para construir colectivamente redes de apoyo que favorezcan el cuidado mutuo y la búsqueda temprana de ayuda con un enfoque de derechos y bienestar integral.

8. Desarrollar instancias de educación financiera básica

A través de capacitaciones o talleres, enfocados en discutir el valor del dinero, comprender la toma de decisiones económicas y la gestión digital del dinero. Llevar a cabo ejercicios de equivalencia (“lo que apostás equivale a...”), que traduzcan montos abstractos en bienes concretos o tiempo de trabajo.

9. Promover herramientas prácticas de reducción de riesgos

Estructurar parámetros para reconocer sitios de apuestas legales e ilegales. Además desarrollar herramientas prácticas para identificar, comprender y manejar los riesgos asociados a las apuestas online.

Los Principios Fundamentales del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja

Humanidad

El Movimiento de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, al que ha dado nacimiento la preocupación de prestar auxilio, sin discriminación, a todos los heridos en los campos de batalla, se esfuerza, bajo su aspecto internacional y nacional, en prevenir y aliviar el sufrimiento de los hombres en todas las circunstancias.

Imparcialidad

No hace ninguna distinción de nacionalidad, raza, religión, condición social ni credo político. Se dedica únicamente a socorrer a los individuos en proporción con los sufrimientos, remediando sus necesidades y dando prioridad a las más urgentes.

Neutralidad

Con el fin de conservar la confianza de todos, el movimiento se abstiene de tomar parte en las hostilidades y, en todo tiempo, en las controversias de orden político, racial, religioso o ideológico.

Independencia

Auxiliares de los poderes públicos en sus actividades humanitarias y sometidas a las leyes que rigen los países respectivos, las Sociedades Nacionales deben, sin embargo, conservar una autonomía que les permita actuar siempre de acuerdo con los principios del Movimiento.

Voluntariado

Es un movimiento de socorro voluntario y de carácter desinteresado.

Unidad

En cada país sólo puede existir una Sociedad de la Cruz Roja o de la Media Luna Roja, que debe ser accesible a todos y extender su acción humanitaria a la totalidad del territorio.

Universalidad

El Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, en cuyo seno todas las Sociedades tienen los mismos derechos y el deber de ayudarse mutuamente, es universal.

ACERCA DEL OBSERVATORIO HUMANITARIO

El Observatorio Humanitario de Cruz Roja Argentina, es un Centro de Referencia de la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (IFRC) e integra el Consorcio de Investigación de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (RC3). Es un espacio de investigación para la acción. A través del conocimiento y la sensibilización, busca favorecer la comprensión y el abordaje de las distintas situaciones que emergen en la sociedad desde una perspectiva humanitaria.

 <https://cruzroja.org.ar/observatorio-humanitario/>

Referencias Bibliográficas

Branz, J.B & Murzi, D. (2024) Apuestas deportivas online y jóvenes en Argentina: entre la sociabilidad, el dinero y el riesgo. <https://ludopedio.org.br/arquibancada/apuestas-deportivas-online-y-jovenes-en-argentina-entre-la-sociabilidad-el-dinero-y-el-riesgo/?srsltid=AfmBOoqp5BuHf0UwVELqcgJmbvy7uGo5K1hovtLTsTnm-tsS0DCsoDZU>

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. (2024). Apuestas online en la adolescencia y juventud: Una mirada desde lo biológico y lo social. <https://www.conicet.gov.ar/apuestas-online-en-la-adolescencia-y-juventud-una-mirada-desde-lo-biologico-y-lo-social/>

Immunize Nevada. (2024, 12 de febrero). The neurobiology of gambling addiction. https://immunizenevada.org/the-neurobiology-of-gambling-addiction/?utm_source

Martello, W. (2024). Jóvenes y apuestas online [Informe]. Asociación Civil Pensando en Políticas Públicas. <https://waltermartello.com.ar/wp-content/uploads/2024/05/JOVENES-Y-APUESTAS-ONLINE.docx.pdf>

Opina Argentina. (2024, mayo). Informe ludopatía digital Mayo 2024. Universidad Nacional Almirante Brown. <https://www.unab.edu.ar/wp-content/uploads/2024/07/informe-ludopatia-mayo.pdf>

UNICEF Argentina. (2025, julio). Zoom a las apuestas online: Guía para familias. <https://www.unicef.org/argentina/informes/guia-apuestas-online>

U-Report Argentina. (2024, 27 de junio). Apuestas online: junio 2024 [Informe de encuesta]. <https://argentina.ureport.in/opinion/3832/>

